Thesis

Quand le tourisme recompose les identités collectives: étude de projets touristiques "alternatifs" dans les Atlas marocains

OIRY, Marie

Abstract

Dans les Atlas marocains émerge, depuis quelques années, une offre touristique valorisant divers pratiques et objets de patrimoine, présentée par ses responsables comme emblématiques d'« identités ». Cette thèse décrypte les stratégies socioéconomiques, culturelles et politiques qui sous-tendent ce processus de mise en tourisme des identités, la manière dont ces identités sont négociées par les acteurs du tourisme patrimonial avec les autres acteurs en présence, privés, associatifs et institutionnels, et analyse les effets de ces négociations dans les territoires concernés. Elle s'inscrit dans le champ des études postcoloniales et dans celui des études postnationales et discute de la pertinence de ces théories pour comprendre comment les sociétés d'accueil s'emparent du tourisme pour recomposer leurs identités collectives, dans un contexte où circulent des imaginaires touristiques de la montagne marocaine hérités de la période coloniale et où la mondialisation bouleverse les manières de se penser et de se dire comme groupe.

Reference

OIRY, Marie. *Quand le tourisme recompose les identités collectives: étude de projets touristiques "alternatifs" dans les Atlas marocains*. Thèse de doctorat : Univ. Genève, 2014, no. SES 850



Quand le tourisme recompose les identités collectives
Etude de projets touristiques « alternatifs »
dans les Atlas marocains

THESE

présentée à la Faculté des sciences économiques et sociales de l'Université de Genève et à la Faculté des lettres et des sciences humaines de l'Université Cadi Ayyad de Marrakech, au Laboratoire les Montagnes Atlasiques – Territoires, Développement et Durabilité (LERMA-TDD)

par

Mari Oiry Varacca

sous la direction de

Prof. Said Boujrouf et
Prof. Bernard Debarbieux

pour l'obtention du grade de

Docteure ès sciences économiques et sociales mention Géographie et de Docteure ès lettres et sciences humaines mention Tourisme, Patrimoine et Gestion Territoriale

Membres du jury de thèse :

Prof. Frédéric GIRAUT, Université de Genève (Suisse), Président du jury
Prof. Maria GRAVARI BARBAS, Université Paris 1 (France)
Prof. Isabelle SACAREAU, Université Bordeaux 3 (France)
Prof. Ouidad TEBBAA, Université Cadi Ayyad, Marrakech (Maroc)

Thèse N° 850

Genève, le 27 juin 2014

La Faculté des sciences économiques et sociales sociales de l'Université de Genève et la Faculté des lettres et des sciences humaines de l'Université Cadi Ayyad de Marrakech, sur préavis du jury, a autorisé l'impression de la présente thèse, sans entendre, par là, n'émettre aucune opinion sur les propositions qui s'y trouvent énoncées et qui n'engagent que la responsabilité de leur auteur.

Genève, le 27 juin 2014

Le doyen

Bernard MORARD

Impression d'après le manuscrit de l'auteur

Résumé

Dans les Atlas marocains émerge, depuis quelques années, une offre touristique valorisant divers pratiques et objets de patrimoine, présentée par ses responsables comme emblématiques d'« identités ».

Cette thèse décrypte les stratégies socioéconomiques, culturelles et politiques qui sous-tendent ce processus de mise en tourisme des identités, la manière dont ces identités sont négociées par les acteurs du tourisme patrimonial avec les autres acteurs en présence, privés, associatifs et institutionnels, et analyse les effets de ces négociations dans les territoires concernés.

Elle s'inscrit dans le champ des études postcoloniales et dans celui des études post-nationales et discute de la pertinence de ces théories pour comprendre comment les sociétés d'accueil s'emparent du tourisme pour recomposer leurs identités collectives, dans un contexte où circulent des imaginaires touristiques de la montagne marocaine hérités de la période coloniale et où la mondialisation bouleverse les manières de se penser et de se dire comme groupe.

Aux Amazighs des deux rives

A Latifa, ma sœur de l'autre rive

A Simon et Enora, mes deux rives intérieures

« Sentir ses liens avec une terre, son amour pour quelques hommes, savoir qu'il est toujours un lieu où le cœur trouvera son accord, voilà beaucoup de certitudes pour une seule vie d'homme. Et sans doute cela ne peut suffire ».

Albert Camus, Noces, 1938

« Il ne faut pas attendre des sciences sociales qu'elles donnent une définition juste et irréfutable de telle ou telle identité culturelle. Ce n'est pas à la sociologie ou à l'anthropologie, pas plus qu'à l'histoire ou à une autre discipline, de dire quelle serait la définition exacte de l'identité bretonne ou de l'identité kabyle, par exemple. Ce n'est pas à la science sociale de se prononcer sur le caractère authentique ou abusif de telle identité particulière (au nom de quel « principe d'authenticité » le ferait-elle ?). Ce n'est pas au scientifique d'opérer des « contrôles d'identité ». Le rôle du scientifique est ailleurs : il lui revient d'expliquer les processus d'identification sans les juger. Il lui revient d'élucider les logiques sociales qui amènent les individus et les groupes à l'identité, à étiqueter, à catégoriser, à classer, et à le faire de telle façon plutôt que de telle autre ».

Denys Cuche, La notion de culture en sciences sociales, 2010

Remerciements

Ces années de thèse furent de belles années parce qu'elles ont été jalonnées de belles rencontres. Mon travail est assurément le fruit de toutes ces rencontres. C'est donc un grand plaisir de remercier les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à faire de cette thèse une belle aventure intellectuelle et humaine.

Mes remerciements vont d'abord à mes directeurs, à Bernard Debarbieux, pour sa disponibilité continuelle et pour ses remarques stimulantes sur mon travail. Je le remercie aussi pour m'avoir permis, en parallèle de la thèse, de mener d'autres projets, avec la Revue de géographie alpine et avec les services de la coopération suisse. Je remercie aussi Saïd Boujrouf pour les discussions que nous avons pu avoir à chaque fois que je partais et revenais des montagnes. En m'apportant votre appui, toujours sympathique, tout en me laissant une grande liberté dans le choix des terrains et des axes de réflexion, vous m'avez transmis le goût de la recherche.

Un grand merci aux membres du jury pour avoir accepté de me livrer leur regard critique sur mes travaux. Merci à Isabelle Sacareau, qui m'a suivi depuis mon master, et a accompagné ma bifurcation de l'histoire vers la géographie, et du Sahara vers les Atlas. Je dois un merci à Frédéric Giraut, pour s'être souvenu de mes travaux, dont nous avions discuté un jour à Grenoble autour d'un couscous. C'est sans doute grâce à ce couscous que je suis arrivée à Genève. Je le remercie aussi pour les échanges que nous avons eus dans le cadre des nombreux ateliers que nous avons organisés ensemble, jusqu'à Marrakech. Un grand merci à Ouidad Tebbaa, pour les intéressantes discussions que nous avons eues lors des sorties de terrain dans les montagnes de l'Aïr et de l'Atlas. Enfin, merci à Maria Gravari Barbas d'avoir accepté de faire partie de mon jury, de m'avoir écoutée dans des colloques, à Berkeley et à Paris, et de m'avoir apporté ses conseils.

J'ai eu la chance de pouvoir effectuer ma thèse dans de très bonnes conditions : j'ai été assistante d'enseignement à l'université de Genève pendant toute la durée de ma thèse, et collaboratrice de recherche durant les derniers mois (je coordonnais l'édition d'une brochure sur le tourisme en montagne). Surtout, j'ai participé, de janvier 2009 à février 2012, à un projet de recherche dirigé par Bernard Debarbieux et financé par le Fonds National de la Recherche Suisse et par les services de la coopération suisse, le projet MIST-AA (The Challenge of Marginality and collective Identities in Sustainable Tourism development strategies : case studies in Atlas and Aïr). C'est dans ce cadre que j'ai pu réaliser mes enquêtes, participer à des colloques, écrire mes premières publications et participer à divers projets d'édition.

Ce projet a surtout été un cadre très riche d'échanges. Pour cette raison, je voudrais remercier Said Boujrouf, Ouidad Tebbaa, Fatima Gebrati, Hassan Khallaf, Wafaa Tizza, Abdelkebir Ait Sid Ali, Latifa Iazza et Aïcha Knidiri, côté Maroc, Lawali Dambo, Ouassa Tiekoura, Mansour Moutari, Waziri Mato Maman et Lawandi Kanembou, côté Niger. J'adresse un merci tout particulier à Latifa Iazza, qui m'a reçue maintes et maintes fois chez elle, à Marrakech, et dans sa famille à Tiznit et à Agadir. Notre complicité est pour moi l'un des trésors de ces années de thèse.

Mon travail ne serait rien sans les personnes que j'ai interrogées sur le terrain, qui ont accepté de répondre à mes nombreuses questions et se sont rendues disponibles. Leur engagement dans leurs projets a été pour moi source de fascination. J'espère ne pas trahir leurs propos dans les pages qui suivent - puissent-ils m'excuser si j'ai laissé passer des approximations - et avoir contribué, modestement, à faire connaître leurs projets et leurs combats.

Je remercie en particulier Mjid Mourad, rencontré en 2008 lors d'une randonnée dans la vallée du Zat, qui, le premier, m'a donné l'idée de choisir ce terrain, Ahmed Bellaoui, qui m'a donné beaucoup de contacts dans la vallée, et Félix Chabaud, pour m'avoir permis de mieux connaître la quête des visiteurs et des associations qui, de l'autre côté de la Méditerranée, veulent rencontrer les « Berbères ».

Qu'auraient été les journées passées dans l'Ourika sans l'irremplaçable Khalid ? Je le remercie pour son accueil toujours chaleureux. Je remercie aussi, à l'Ecomusée berbère et à la Maison de la photographie, qui furent de véritables refuges pour moi, Patrick Manach et Hamid Mergani, pour leur enthousiasme débordant, Mohamed, Mahjoub, Kamal, Saïd et Emmanuelle, pour leur gentillesse.

Un grand merci à Mohamed Basaïd pour m'avoir reçue de nombreuses fois et pour avoir reçu, à Tagmoute, tout le groupe MIST-AA, en janvier 2012.

Un immense merci à Annie Lauvaux et Mahjoub Bajja pour m'avoir maintes fois accueillie, répondue, pour avoir relu mes articles et pour leur incroyable énergie.

Enfin, je dois un grand merci à toutes les personnes anonymes que j'ai croisées, notamment aux femmes que j'ai rencontrées dans des coopératives, qui, par leurs paroles franches, ont contribué à mes réflexions.

Sur le terrain, j'ai été accompagnée par des traducteurs, sans lesquels je n'aurai pu avoir accès à quantité de personnes et d'informations : Latifa Iazza, Ismaël El Korchi, Ait Abderrahman Moulay Hassan et Saïd Bouserhane. Je les remercie vivement pour leur aide sympathique. Merci aux amis qui m'ont accompagnée, notamment à Gildas et Camille, qui ont découvert le Zat et l'Ourika avec moi. Merci à Céline et Mourad pour leur accueil à Salé et Casa. Et un merci à Emilien Perrier, pour m'avoir fait découvrir le film comme moyen d'enquête.

J'ai été épaulée dans ma recherche par de nombreux chercheurs. Je remercie, à Grenoble, toute l'équipe de la Revue de géographie alpine, Pierre-Antoine Landel et Laurent Gagnol. A Chambéry, je remercie Lionel Laslaz, Véronique Peyrache-Gadeau et Mélanie Duval, pour m'avoir associée à d'intéressantes rencontres et publications, ainsi que Mohamed Oudada. Un merci à tous les jeunes chercheurs que j'ai croisés à l'école doctorante de Suisse romande et ailleurs, parmi lesquels : Brice Julien, Nicolas Senil, Annabelle Charbonnier, Johanne Pabion Mouriès, Linda Boukris, Emmanuelle Petit, André Suchet, Didier Le Saout, Stéphanie Pouessel, Hassan Ramou, Rachele Borghi, qui m'a aiguillée vers les études féministes.

Je voudrais remercier également les historiens et les géographes qui ont compté sur mon parcours académique : Robert Cheize, Jean Folliet, Michel Bouchet, Nadine Méouchy, Jean-Robert Henry, Frédéric Abécassis et Myriam Houssay.

Mes remerciements les plus chaleureux vont à mes collègues avec lesquels j'ai enseigné : Philippe Brun, Bernard Debarbieux, Simon Gaberell, Lionel Gauthier, Frédéric Giraut, Anne Sgard, Estelle Sohier, Jean-François Staszak, et à mes collègues doctorants et postdoctorants : Jörg Balsiger, Joan Bastide, Jean-Baptiste Bing, Cristina Del Biaggio, Marion Ernwein, Simon Gaberell, Véronique Genoud, Lionel Gauthier, Maria Luisa Giordano, Irène Hirt, Valérie Kohler, Louca Lerch, Muriel Monnard, Mathieu Petite, Raphaël Pieroni, Estelle Sohier et Gilles Rudaz. Leur soutien fut précieux. J'ai une pensée pour mes compagnons de train, Jean-Baptiste, Anne et Frédéric. Merci à mes collègues de bureau, Irène et Lionel, pour avoir supporté mes allers et venues perpétuels. Un merci particulier à Sandrine Billeau Beuze, pour avoir partagé avec moi des petits bouts de Maroc, à Estelle, pour ses relectures, et à Maria Luisa, pour son aide plus qu'indispensable pour les cartes, et à ceux qui m'ont aidé dans la préparation de la soutenance.

Un grand merci à Emmanuelle Tricoire pour ses relectures, ses idées lumineuses et son amitié.

Des mercis à mes amies, géographes d'un temps ou de plus longtemps, Violaine, Manue, Judicaëlle, Karine, Marie Noëlle, pour leur amitié, bien que j'aie été « un peu » prise ces dernières années.

J'ai une pensée pour ma famille algérienne kabyle, pour Rachid, Zohra et leurs enfants, qui m'ont fait connaître des cultures nord-africaines plurielles et donné envie de mieux les explorer.

Merci à mes parents, mon frère Goulven et ma sœur Annaig, pour m'avoir donné le goût de l'ici et de l'ailleurs, des miens et des autres, et des identités multiples. Je remercie particulièrement mes parents pour avoir relu ma thèse avec attention et avec leur précieux regard d'ethnologues militants.

Merci à Simon, pour avoir été présent à chaque étape de cette thèse, pour avoir accepté qu'elle envahisse souvent notre temps et notre espace, pour avoir rendu possible, pendant la thèse, notre vie à deux puis à trois, et surtout pour avoir, lui aussi, fait un peu siennes les montagnes marocaines. Merci à Enora pour m'avoir donné, à son tour, du souffle, pour écrire cette thèse.

Indications pratiques pour la lecture

- Les termes en langue étrangère apparaissent en italique.

- Les termes arabes et berbères utilisés fréquemment dans le texte sont traduits en français et expliqués dans le lexique, dans l'annexe 3.

- N'ont été accordés selon les règles de la grammaire française que les termes arabes et berbères pour lesquels il est d'usage de le faire, c'est-à-dire pour les termes fréquemment utilisés en français. Ainsi, il est question de « l'identité *amazighe* », alors qu'il est question « des *ahouach* ».

- Les acronymes et les abréviations sont explicités au moins la première fois qu'ils apparaissent dans le texte, et dans l'annexe 4.

- Sauf mention contraire, les tableaux, les photographies et les cartes ont été réalisés par l'auteure.

Introduction.
Tourisme, marginalité, identités

En ce 12 avril 2011, dans une salle de réunion de la commune de Tighdouine, plusieurs acteurs impliqués dans le développement touristique de la vallée du Zat et de la vallée de l'Ourika, sa voisine, sont installés autour de la table. Ils ont été réunis par un groupe d'universitaires suisses et marocains, dont je fais partie, dans le cadre d'un programme de recherche portant sur le tourisme et les identités. Ils attendent de cette réunion qu'elle amorce un dialogue entre eux, alors qu'ils ont des positions divergentes sur le tourisme dans leurs vallées.

La conversation tourne autour du modèle de développement touristique à adopter pour la vallée du Zat, une vallée du Haut Atlas occidental dans laquelle se rendent à la fois des touristes marocains pour visiter une source thermale (appelée fréquemment « la source »), et des touristes étrangers, pour y faire de la randonnée avec une association de tourisme solidaire, l'Association des Amis du Zat. Dans la discussion interviennent Ahmed Bellaoui, qui est à la fois le président de cette association et le président de la Commune de Tighdouine, et Mourad Hussein, le président de l'association des propriétaires de la source :

> - Ahmed Bellaoui : « À l'association des amis du Zat, les recettes ne nous intéressent pas. Les recettes, pour nous, c'est vraiment la dernière des choses à laquelle on pense. Nous, on pense à la qualité du tourisme. Nous, on veut qu'il y ait un tourisme maîtrisé, qui respecte l'environnement et la culture des gens. Je sais que c'est pas facile, mais nous on le fait, parce qu'on refuse des gens. On leur dit « non, on s'excuse ». Mais vous, vous ne pouvez pas dire « non », c'est impossible. Et donc c'est pas parce qu'on s'entend pas, non, c'est deux philosophies différentes. C'est deux logiques différentes. Vous avez une logique commerciale et nous on a une logique non commerciale ».
>
> - Mourad Hussein : « Je suis d'accord, mais moi je suis contre le touriste qui vient à Tighdouine sans dépenser de l'argent, sans que les habitants en profitent. Si les touristes viennent juste pour faire une promenade et partir, c'est pas intéressant pour la vallée ».

Ici, les acteurs touristiques de la vallée du Zat soulèvent la question de la compatibilité de deux modèles de développement touristique. Le second intervenant soutient le développement d'un tourisme susceptible d'apporter quelques revenus et emplois à des habitants qui vivent dans une vallée où l'économie traditionnelle, agro-sylvo-pastorale, est en crise, quitte à accepter et tenter de gérer les inconvénients liés à la venue d'un nombre important de touristes (ce nombre pouvant aller, à la source, jusqu'à un demi-millier par jour en été). Le premier intervenant critique la difficulté de l'association des propriétaires de la source à gérer ces inconvénients (déchets, pollution de l'eau, problèmes de mœurs avec la présence d'une activité de prostitution). Pour lui, la priorité est de parvenir à limiter les impacts négatifs du tourisme sur l'environnement fragile de la vallée et la culture locale. Il prône un tourisme maîtrisé, diffus et non pas concentré dans un espace réduit comme à la source, pour de petits groupes de touristes.

A un autre moment, la conversation porte sur ce qu'il faut montrer ou non de l'identité locale aux touristes et comment il faut la montrer. A la question que je pose de savoir s'il y a des pratiques culturelles que les participants préfèreraient ne pas montrer aux touristes, Ahmed Bellaoui apporte la réponse suivante :

> - Ahmed Bellaoui : « C'est une espère de dosage. Il faut savoir comment montrer, comment valoriser le patrimoine mais tout en le protégeant. Il faut le montrer, parce que dans tous les cas on n'est pas là pour faire des réserves d'Indiens. Donc il faut le montrer mais savoir comment bien le protéger. C'est pas tellement une question de demande, c'est une question d'offre. A mon avis, c'est la population locale qui doit savoir comment se présenter, j'allais presque dire comment se « vendre ». Mais tout en restant soi-même. Nous, on propose de montrer aux touristes le patrimoine de la vallée, la vie quotidienne des paysans, la poterie, les paysages, les gravures rupestres. Mais c'est rare qu'on propose aux touristes d'assister à un *ahouach* [séance de chants et de danses réalisée pour les occasions particulières] parce qu'on ne va pas en organiser spécialement pour eux, ça n'aurait plus de sens. Mais bon, c'est à la population de savoir si elle veut organiser des *ahouach* pour les touristes ».

Mohamed Aït Aïssa, le fondateur de l'association Yagour de développement, une association qui milite pour le respect des droits des populations *amazighes*, et Mourad Hussein réagissent en ces termes aux propos d'Ahmed Bellaoui :

- Mohamed Aït Aïssa : « Je trouve quand même important de montrer *ahouach* aux touristes, parce que ça fait partie du patrimoine oral et que le patrimoine des Amazighs c'est aussi ça. *Ahouach* ça exprime tout ce que sont les Amazighs. Et ça vaut le coup de montrer comment on fait *ahouach* dans cette vallée et les différences entre les villages. Là-haut, sur le plateau, ils le font pas pareil qu'ici ».

- Mourad Hussein : « A la source, en été, on organise des *ahouach*, et les gens adorent ça, ça se passe très bien. Alors pourquoi pas ? ».

La discussion fait ainsi état des réflexions en cours dans la vallée du Zat, sur la manière avec laquelle il convient de répondre à la curiosité des touristes, à leur désir de connaître ce qui fait l'identité de la vallée, sans que cette identité ne devienne plus qu'une réponse à leurs attentes. Elle relaie les réflexions des acteurs sur le choix des facettes de l'identité locale à faire connaitre aux touristes.

Les propos tenus illustrent l'émergence de discours sur les « identités » chez les acteurs touristiques des Atlas marocains, que ce soit pour dénoncer et tenter de limiter les impacts, perçus comme négatifs, du développement touristique sur celles-ci, ou pour prôner leur valorisation. Ils dévoilent les stratégies mises en œuvre par les acteurs, qui utilisent les identités tantôt comme des ressources pour développer de nouvelles offres touristiques et comme des ressources économiques (pour créer de nouvelles sources de revenus), tantôt comme des ressources culturelles (pour protéger et valoriser les identités locales), tantôt comme des ressources politiques : Mohamed Aït Aïssa voit dans le tourisme un moyen de porter la cause amazighe sur la scène internationale. Ces propos soulignent la diversité des projets, le fait que ces acteurs mobilisent des identités différentes (*amazighe*, locale, de la vallée, villageoise, *etc.*) et choisissent de présenter des patrimoines différents (tangibles et intangibles), à des publics différents (touristes nationaux et internationaux). Enfin, ils donnent une idée des rapports de force qui sous-tendent la mise en tourisme des identités. Ici s'oppose un acteur dominant (car il est président de la commune, président d'une association locale et universitaire à la retraite), à d'autres acteurs touristiques, qui disposent d'un moindre pouvoir. Les « identités » mises en tourisme font ainsi l'objet d'un processus de négociation entre les acteurs en présence, soit les porteurs de projets touristiques, mais aussi les acteurs institutionnels et les autres acteurs qui interviennent localement.

De telles discussions invitent à décrypter les logiques poursuivies par ces acteurs et les rapports qu'ils entretiennent, afin de saisir les effets locaux des négociations qui

président à la mise en tourisme des « identités », les recompositions socioéconomiques et aussi socioculturelles qu'elles induisent dans les territoires des Atlas marocains. L'objet de cette introduction est d'exposer plus précisément les points de départ de ma thèse et les pistes de recherche qui vont y être explorées.

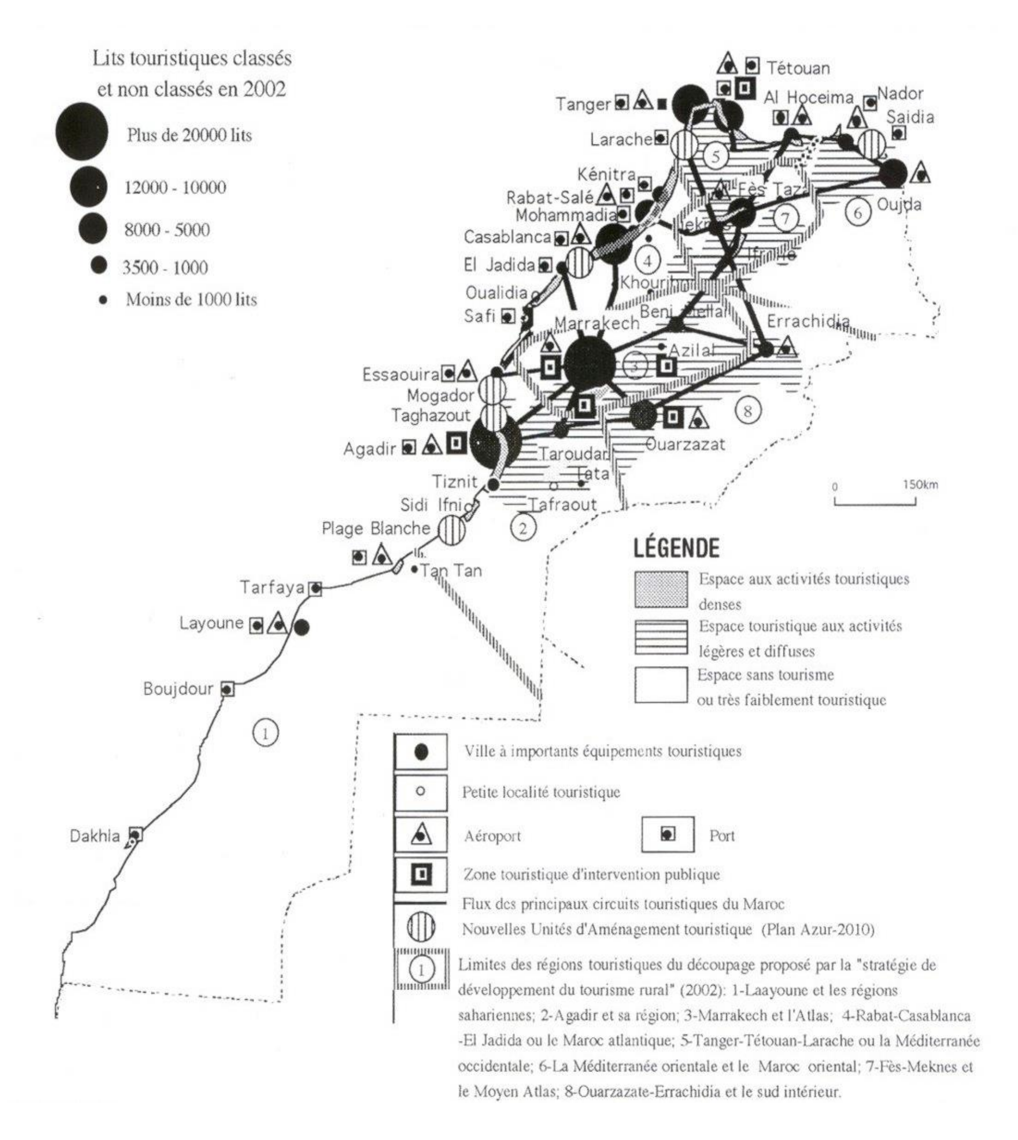
Tourisme et marginalité dans les Atlas marocains

L'émergence de projets touristiques mobilisant des « identités » ne peut se comprendre que dans un double contexte : celui du tourisme en montagne, un tourisme qui a fait l'objet d'une attention marginale de la part des pouvoirs publics marocains, par rapport aux efforts qu'ils ont consentis pour développer le tourisme balnéaire et dans les villes impériales ; et celui, plus général, des montagnes marocaines, marginalisées au plan socioéconomique par rapport aux plaines et aux villes, depuis la période coloniale, en partie à cause de la culture berbère de ses habitants. Les projets touristiques « identitaires » entendent répondre à cette stigmatisation et faire de la berbérité un atout pour sortir les montagnes de la marginalité.

La montagne marocaine : un arrière-pays touristique

Les montagnes peuvent être considérées, à l'échelle nationale, comme en marge du développement de l'activité touristique. Au Maroc, le littoral et les grandes villes concentrent la majorité des flux et des activités touristiques : au début des années 2000, presque 60% de la capacité hôtelière du Maroc était située sur le littoral et presque un quart à Agadir (Berriane 2002). Au milieu des années 2000, le tourisme de montagne n'assurait qu'une faible part du volume des touristes au Maroc, avec 3,5% des visiteurs et 5% des nuitées (Moudoud et Ezaïdi 2006). Pour cette raison, les montagnes sont comprises par Saïd Boujrouf (2005 (2)) dans les « espaces touristiques aux activités légères et diffuses », par opposition aux « espaces aux activités touristiques denses » (carte 1).

En conséquence, l'activité touristique en montagne est dépendante des villes, à la fois émettrices de flux de tourisme nationaux (depuis le milieu des années 1980, un Marocain citadin sur trois part en vacances en été) et réceptrices de flux de touristes nationaux et internationaux (Berriane 2009). Elles constituent des étapes obligatoires pour les touristes qui se rendent en montagne.



Carte 1 : L'aménagement touristique au Maroc (Boujrouf 2005 (2)). http://teoros.revues.org/docannexe/image/1490/img-4.jpg

Les montagnes marocaines constituent des « marges touristiques » également parce qu'elles ont fait l'objet d'une attention tardive de la part des pouvoirs publics. A l'échelle temporelle du Protectorat français au Maroc (de 1912 à 1956), le tourisme de montagne n'a démarré que tardivement, car les conditions favorables, en terme de sécurité et d'infrastructures d'accueil, n'ont été réunies qu'au milieu des années 1930 (Ramou 2009). Après l'indépendance, à la fin des

années 1960, l'Etat a encouragé le développement d'un tourisme balnéaire de séjour, international. Cette orientation a été suivie par les politiques touristiques les plus récentes, telles que le Plan Azur (Berriane 2002). Ce n'est que dans les années 1980 que de véritables mesures ont été prises pour développer le tourisme en montagne. Elles ont alors été la cible d'un programme de développement intégré articulé autour du tourisme, l'« expérience pilote intersectorielle d'économie rurale de haute montagne », réalisée en partenariat avec la coopération française et mise en œuvre dans le Haut Atlas central (Moudoud 1999). Plus récemment, depuis 2002, les montagnes sont concernées par la mise en place de Pays d'Accueil Touristiques, qui vise à développer le tourisme dans les zones rurales, en valorisant leurs spécificités naturelles et culturelles, inexploitées (Berriane 2003). Le tourisme de montagne reste cependant un « produit de niche » (Moudoud et Ezaïdi 2006, p. 41), qui est loin d'être prioritaire par rapport au tourisme balnéaire et urbain.

La marginalisation des montagnes…

Le faible développement de l'activité touristique en montagne constitue le reflet de la marginalisation générale que connaissent les montagnes au Maroc.

Dans le découpage régional réalisé par Jean-François Troin, inspiré du modèle centre – périphérie conçu par Alain Reynaud (1981, 1995)[1], les montagnes sont considérées comme des zones enclavées, à cause de conditions difficiles liées au relief, à la pente et au climat et, surtout, au manque d'infrastructures de transports adaptées, à la dégradation des ressources naturelles et au sous-équipement général, évalué à partir de quelques indicateurs tels que le taux d'électrification, la couverture sanitaire, l'analphabétisme ou le réseau routier. L'auteur identifie des situations différentes[2], mais celles-ci sont toujours ordonnées selon un gradient dégressif qui « part du cœur du pays, le corridor urbain atlantique et Casablanca, pour s'étendre ensuite par auréoles successives aux terres intérieures et aux périphéries » (p. 33).

---

[1] Ce modèle désigne un système spatial fondé sur une relation inégale entre deux types d'espaces, ceux qui dominent le système et en bénéficient et ceux qui le subissent. Reynaud oppose un centre – décrit comme l'espace qui concentre la population, les activités économiques et attire les flux de toutes sortes – à des périphéries, dépendantes du centre autant au point de vue décisionnel qu'économique, à des degrés divers.

[2] Le Rif oriental et le versant Nord de l'Anti-Atlas font figure d'« angles dynamiques », le Moyen Atlas et le pré-Rif sont classés dans les « espaces de transition », le Rif central et occidental et le Haut Atlas dans les « espaces barrière » et le revers des Atlas dans les « espaces excentrés ».

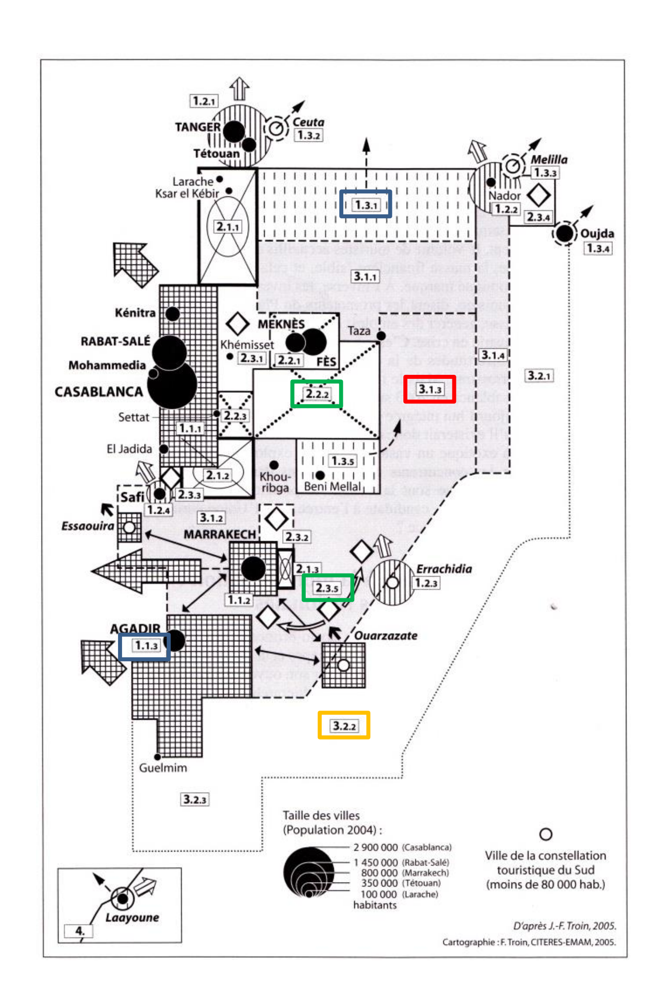
Dans les tentatives les plus récentes de découpage régional (2006 et 2011), Troin classe les régions selon leur degré d'ouverture dans le cadre de la mondialisation. Il constate que l'organisation de l'espace marocain se comprend davantage en termes de *puzzle*[3] que de gradient centre-périphérie[4]. Il distingue des pôles dynamiques et connectés non seulement sur le littoral mais aussi à l'intérieur. Dans ce classement (carte 2), les montagnes apparaissent à la fois dans la catégorie des « régions ouvertes sur le monde » (le revers des Atlas proche d'Agadir et le Rif, en bleu), dans les « régions dynamiques, intégrées nationalement, centrées localement » (pour le Moyen-Atlas et « quelques vallées majeures atlastiques », en vert), et, pour la majeure partie des montagnes, dans les « régions marginalisées, pauvres, repliées sur elles-mêmes » : le revers sud de l'Anti Atlas est classé dans la sous-catégorie des « confins » (en jaune), tandis que le Haut Atlas est englobé dans la sous-catégorie des « poches d'oubli » (en rouge). Troin pointe l'aggravation générale de la marginalisation des montagnes tout en remarquant l'émergence de quelques pôles atlasiques. Le tourisme joue un rôle important pour ces derniers, qui vivent notamment de la proximité du pôle touristique intérieur que constitue Marrakech.

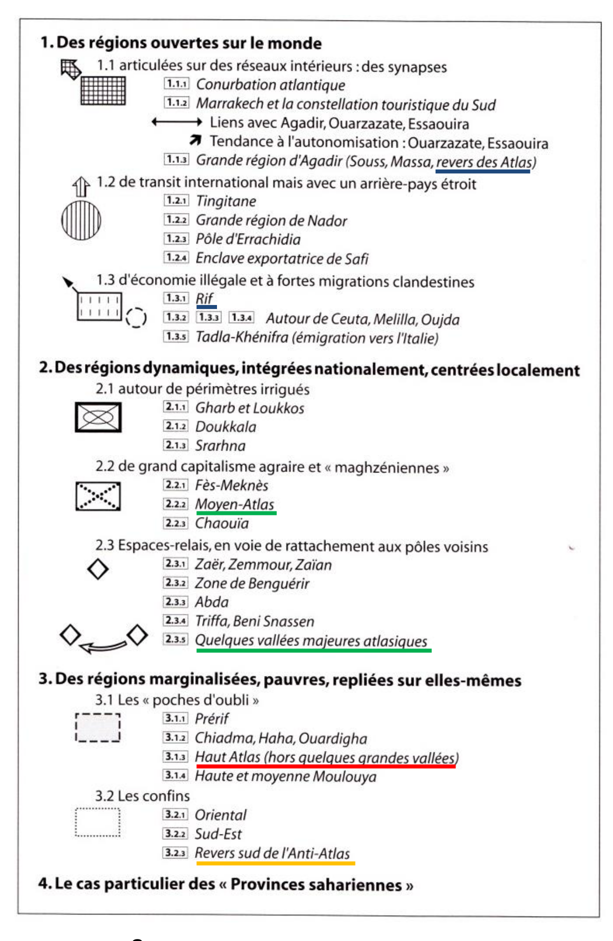
Les montagnes marocaines constituent donc des marges dans l'économie marocaine, et dans l'activité touristique en particulier, bien que quelques vallées émergent grâce à cette activité.

---

[3] Pour rendre compte de l'évolution des espaces marocains dans la mondialisation, l'image du *puzzle* semble plus parlante que les oppositions centre-périphérie ou ville-campagne, « espaces métropolisés » et « espaces marginalisés » (Fauvel et Vanier 2006, p. 105). Le terme d'« archipel » me semble également intéressant. Selon le journaliste Ali Amar (2009, p. 327), le Maroc est « un archipel de mondes qui s'ignorent. Car, au-delà de la métaphore géographique, sa société est une mosaïque ».

[4] Les recherches de Troin s'inscrivent dans la lignée des travaux réalisés en géographie sur la mondialisation (Dollfus 1997, Scholz 2005, Veltz 1996) qui montrent que celle-ci reconfigure les hiérarchies à toutes les échelles et qu'il peut y avoir des marges dans les centres et de nouvelles centralités dans les périphéries. Elles s'inscrivent également dans la lignée des travaux qui observent au Maghreb les effets de la mondialisation, soit le renforcement de la littoralisation, de la métropolisation et des fractures territoriales (Bensaâd 2011, Semmoud 2010).





Carte 2 : les régions de montagne, des marges dans le Maroc mondialisé (Troin 2006, p. 228 et 229).

La marginalité des montagnes au Maroc s'explique principalement par l'insuffisance et l'inadéquation des politiques publiques (Boujrouf 1996, 2001, 2005, Boujrouf et Giraut 2000 et Naciri 1999). Ce processus de marginalisation politique, qui s'accélère durant la colonisation, est d'autant plus remarquable et paradoxal que les montagnes ont été centrales dans l'histoire du Maroc[5]. La montagne, considérée comme un espace dissident et comme un réservoir de ressources naturelles, a justifié une politique de contrôle et d'exploitation plus que de développement : avant le Protectorat, la montagne était considérée par le Makhzen, le pouvoir central, comme le « *bled siba* », une zone tribale turbulente à soumettre par des systèmes d'allégeance. A l'époque coloniale, la montagne est devenue le « Maroc inutile », espace à pacifier puis à encadrer, dans des régions militaires placées sous l'autorité des Affaires Indigènes, et à exploiter, les ressources naturelles des montagnes étant utilisées pour le développement des villes et des plaines littorales irriguées, qui concentraient l'essentiel des équipements hydro-agricoles et routiers. Après l'indépendance en 1956, le principe d'un système centralisé et hiérarchisé pour contrôler les zones de montagne a été renforcé par les découpages administratifs successifs[6]. Parallèlement, la réflexion sur les inégalités territoriales à l'échelle nationale n'est apparue que tardivement, avec la première charte d'aménagement du territoire adoptée en 2003. De plus, les choix de développement favorisant la plaine ont été confirmés à l'indépendance : les investissements ont été concentrés sur l'aménagement de complexes balnéaires, de zones d'agriculture irriguée et de zones franches et commerciales dans les plaines littorales, tandis que les ressources de la montagne ont continué à être exploitées au profit de la plaine, par exemple à travers la politique des grands barrages hydrauliques. Enfin, les quelques mesures d'aménagement destinées spécifiquement à la montagne ont été prises trop tardivement (les premières datent des années 1970) et restent sectorielles et purement techniques. Les projets intégrés menés dans certaines régions (dont le projet touristique mené dans le Haut Atlas central) restent ponctuels, dans le temps et dans l'espace, et insuffisants (Boujrouf 1996).

[5] Mohamed Naciri (1997) montre le rôle éminent qu'a joué la montagne dans l'histoire du Maroc, notamment sous le règne des Almohades, au XIe siècle (la dynastie fait alors de Tinmel, dans le Haut Atlas occidental, un centre de rayonnement politique et culturel) ou encore lors la résistance aux colonisateurs français.

[6] Lors de la déconcentration des services de l'Etat, les échelons de contrôle tels que les provinces ont été multipliés, tandis que, malgré la décentralisation, les régions et les communes, censées constituer les échelons du développement, n'ont pas été pourvues de moyens suffisants. La spécificité des territoires de montagne n'a pas été prise en compte dans les nouveaux découpages : la régionalisation, en 1971 puis en 1996, a démantelé les zones de montagne.

… en parallèle de la stigmatisation de la berbérité

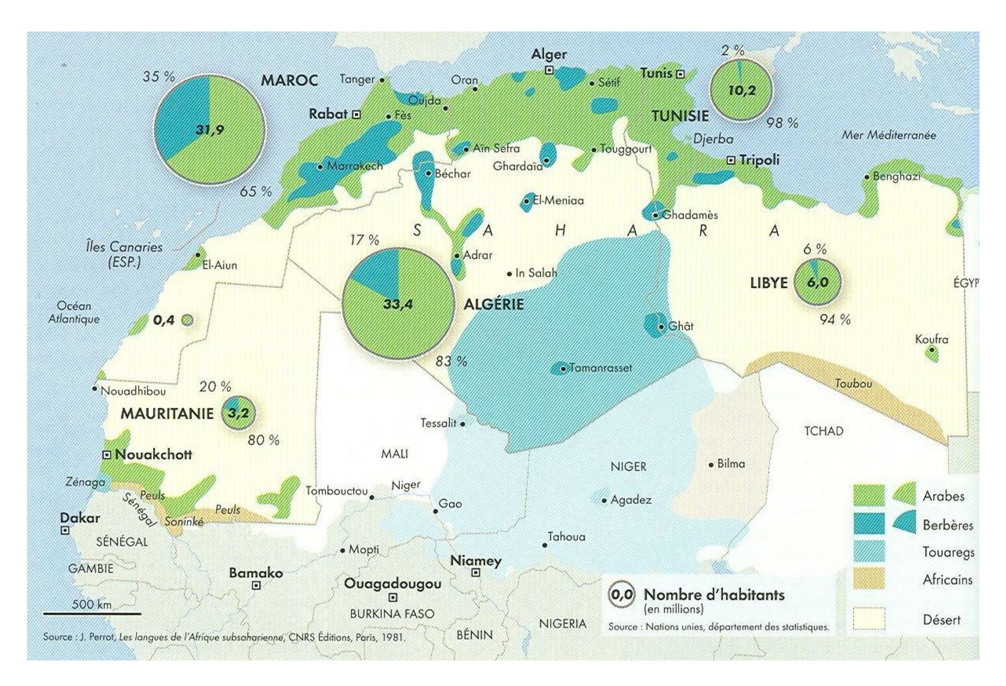
La marginalisation politique des montagnes semble en partie liée à la stigmatisation de la berbérité. Certains travaux révèlent en effet la logique ethnique des politiques territoriales coloniales, basées sur la partition du pays entre les régions arabes, les plaines, et les régions berbères, les montagnes (Naciri 1999). C'est en effet la puissance coloniale qui, suivant le principe du « diviser pour régner », a inventé les catégories « arabes » et « berbères », a présenté ces deux groupes comme homogènes et antagonistes, et a forgé les équivalences entre l'arabité et la plaine et les villes, et entre la berbérité et la montagne (des catégories et équivalences qui, auparavant, n'étaient pas aussi figées). A l'indépendance du Maroc, la berbérité a continuité à être stigmatisée, au nom d'une conception de la nation consacrant la composante arabe de l'identité marocaine et la langue arabe comme langue officielle. Cette stigmatisation peut être interprétée comme l'une des raisons pour lesquelles les montagnes ont été délaissées par les politiques publiques depuis l'indépendance.

Pourtant, les Berbères ou les *Amazighs*[7] ne constituent pas un groupe si homogène, si opposé aux Arabes et si assimilable que cela à la montagne. D'abord, ce groupe n'est pas homogène. Seul le critère linguistique fait consensus pour définir les « berbères ». Sont comptabilisées les personnes qui parlent un dialecte berbère. Les chiffres varient néanmoins. Un certain nombre d'auteurs (Breton 2008) estiment que 35% environ de la population marocaine est berbérophone. Ces données sont contestées par certains chercheurs. Le désaccord vient en partie du fait que la plupart des auteurs ne précisent pas s'ils comptabilisent les personnes qui ne parlent qu'un dialecte berbère ou qui parlent l'arabe et le *tamazight*[8]. Pierre Vermeren (2001, p. 122) estime qu'au début des années 2000, « une bonne moitié de la population est locutrice en langue tamazight, et que le quart n'en parle aucune autre ». Au-delà de ces controverses, les chercheurs s'accordent sur le fait

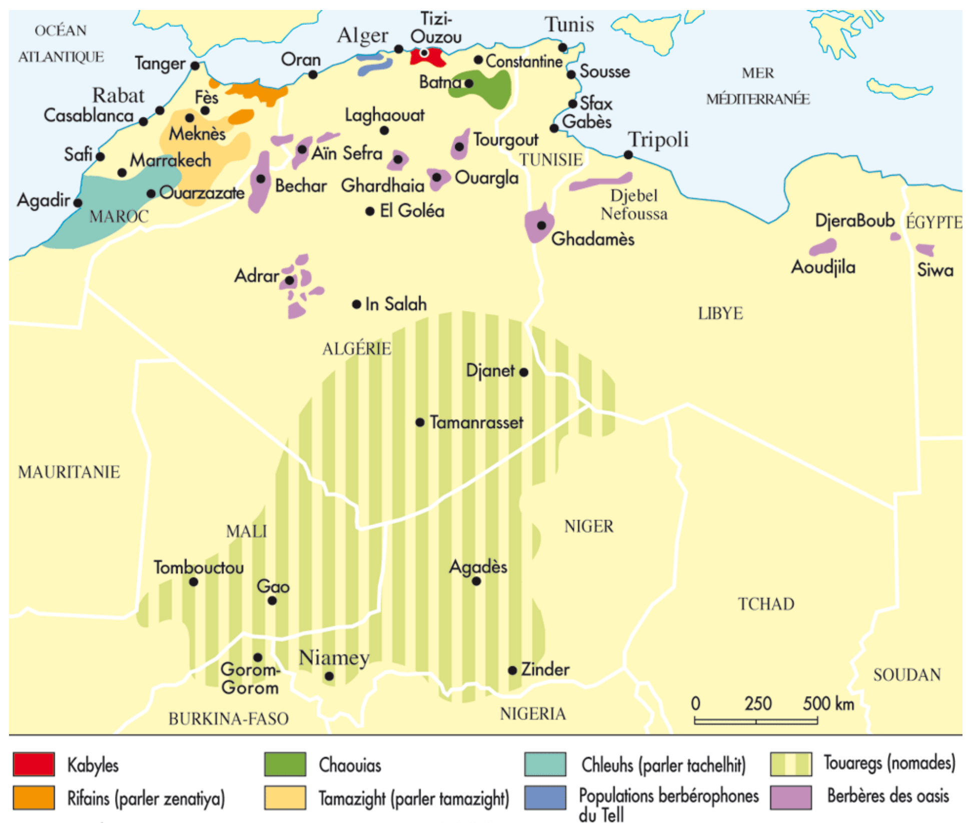
[7] Dans cette thèse, j'emploie les deux termes de « berbère » et « *amazigh* ». J'utilise plus souvent le terme d'« *amazigh* », qui signifie « homme libre », dans la mesure où il est de plus en plus adopté par les populations berbérophones, et pas seulement par les militants, et moins souvent celui de « berbère », car, pour certains militants, il renvoie à la période coloniale, qui a systématisé l'emploi du terme et lui a donné une connotation négative. Cependant, je ne me cantonne pas au point de vue des militants, et dans les chapitres d'analyse des données de terrain, j'emploie les termes utilisés par les acteurs. En effet, il importe, dans une recherche qui se revendique postcoloniale, de mettre en avant les termes utilisés par les acteurs eux-mêmes, car c'est une manière de leur apporter de la considération.

[8] La langue pratiquée par les Berbères est souvent désignée par ce terme générique.

que la berbérophonie constitue un fait de masse au Maroc, pays du Maghreb où le poids démographique des berbérophones est le plus important (carte 3). Ils s'accordent également sur le fait que la berbérité est plurielle et soulignent l'importance des particularités régionales liées aux dialectes – au Maroc : le *Tarifit* dans le Rif, le *Tamazight* dans le Moyen et le Haut Atlas, le *Tachelhit* dans le Souss (carte 4). Ensuite, opposer strictement un groupe berbère et un groupe arabe n'a pas de sens quand on considère le processus continu de métissage que connaît la société marocaine depuis la conquête arabo-musulmane. Enfin, l'équivalence entre la berbérité et la montagne n'a pas de sens non plus si l'on considère la présence de populations berbérophones dans les plaines, tantôt pour une installation définitive, tantôt pour de courtes périodes quand il s'agit de migrations saisonnières liées aux travaux dans les périmètres d'agriculture irriguée, dans les grandes villes marocaines, sous l'effet d'un exode rural massif depuis les années 1960, et à l'étranger.



Carte 3 : Le Maghreb et ses minorités berbères (Breton 2008, p. 42).



Sources : L'État du Maghreb, La Découverte, Paris, 1991 ; Abdallah Laraoui, L'Histoire du Maghreb, François Maspéro, Paris, 1970 ; Encyclopédie berbère, Édisud, Aix-en-Provence, 1992 ; Géographie du Maroc, Hatier, Paris, 1967 ; Les Kabyles : éléments pour la compréhension de l'identité berbère en Algérie, Groupement pour les droits des minorités, Paris, 1992 ; Salem Chaker, Berbères d'aujourd'hui, l'Harmattan, Paris, 1989.
Carte conçue en collaboration avec Yves Jardin.

Carte 4 : les Berbères en Afrique du nord (Jardin et Rekacewicz 1994, monde-diplomatique.fr).

Le fait que la montagne soit une marge touristique est le reflet d’un long processus de marginalisation de ces territoires, en partie lié à la stigmatisation de la « berbérité », bien que celle-ci relève davantage du mythe, forgé à la période coloniale, que de la réalité.

Tourisme et identités *versus* marginalisation

Le tourisme de montagne a pu être présenté, par les autorités marocaines en charge du projet touristique développé dans les années 1980-1990 et par les acteurs touristiques eux-mêmes, comme un levier du « développement »[9] des montagnes. Mais les formes de tourisme existant actuellement dans les Atlas déçoivent cette attente. De nouvelles formes de tourisme émergent. Elles prétendent pouvoir donner des clés pour relever, mieux que les précédentes, le défi de la marginalisation, en faisant de la marginalité un atout.

La difficulté du tourisme à réduire la marginalité

Actuellement, dans les montagnes marocaines, cohabitent deux formes dominantes de tourisme. Les étrangers effectuent des circuits de randonnée pédestre, le plus souvent organisés par des tours opérateurs, et en groupe. Ils sillonnent principalement le massif du Toubkal (le sommet des Atlas, qui culmine à 4167 m), dans le Haut Atlas occidental, proche de Marrakech, et dans le massif du M'Goun (4071 m), dans le Haut Atlas central. D'autres effectuent des excursions d'une journée dans une vallée proche d'une grande ville. Les nationaux et émigrés de retour au pays – probablement aussi nombreux que les touristes étrangers (Berriane, 2009) – effectuent des excursions en montagne, de courts séjours en famille durant lesquels ils se promènent, pique-niquent à proximité des cours d'eau, visitent des sources thermales et, parfois, visitent un marabout (saint). Ils fréquentent des lieux proches des villes : les petites stations du Moyen Atlas, ou, dans le Haut Atlas occidental, la station de l'Oukaïmden, Imlil, la vallée de l'Ourika, la vallée de la Rheraya.

[9] Je place le terme de « développement » entre guillemets pour montrer que je l'emploie dans la mesure où il est utilisé par des acteurs et dans le sens où il est utilisé par eux (je l'emploie donc dans le but d'étudier les politiques et les projets réalisés en son nom) et pour prendre mes distances avec une notion marquée idéologiquement. Je m'inspire ici des travaux de Gilbert Rist (1994 et 1998) et de Serge Latouche (2009), qui considèrent que le modèle du « développement » est le produit de l'idéologie libérale, qui soutient l'extension planétaire du système de marché, la production croissante de biens et de services destinés à la demande solvable, et qui se base sur une série de croyances (la prétention de la maîtrise de la nature et la croyance au progrès) renvoyant à une longue tradition, héritée de l'histoire de l'« occident ». Le « développement à particules » (Latouche 2009, p. 31), qu'il soit « local », « social » ou « durable » renverrait à ce même modèle, un modèle qui cherche à s'imposer mais ne peut être transféré tel quel sans être interrogé car il représente une vision occidentale du mieux-être qui n'est pas forcément partagée ailleurs.

De nombreux auteurs ont montré que ces formes de tourisme dominantes ont des effets bénéfiques limités pour la montagne. Mohamed Aït Hamza, Hassan Ramou (2010) et Michael Peyron (2010) critiquent le tourisme international de randonnée comme ayant été imposé de l'extérieur, par la puissance coloniale puis par l'Etat marocain, et comme étant contrôlé par des opérateurs étrangers. Pour eux, il rapporte trop peu aux montagnards : les touristes ne passent qu'une nuit au même endroit, et parfois en bivouac, ce qui limite les retombées locales. Il en va de même pour le tourisme national. Puisque les Marocains logent le plus souvent dans la famille ou au camping, ils dépensent peu dans les montagnes. De plus, peu de lieux sont mis en tourisme, de sorte que l'activité touristique ne constitue pas une véritable activité économique complémentaire. Le tourisme existant ne contribue donc pas à réduire de manière significative la marginalité des montagnes. Au contraire, pour ces auteurs, il a des impacts négatifs sur l'environnement naturel (augmentation des déchets, pression sur les ressources en eau) et culturel (imposition de la culture occidentale des touristes, dans une culture peu préparée à cela).

La mise en tourisme des identités pour lutter contre la marginalisation

Depuis le début des années 2000, l'offre du tourisme de montagne connaît certaines évolutions. D'autres offres, qui revendiquent leur caractère novateur, émergent dans les espaces anciennement mis en tourisme et dans des espaces concernés depuis peu par l'activité touristique, tels que la région de Chefchaouen, dans le Rif (Hillali 2006), la région de Taliouine, sur le versant sud du Haut Atlas (Benhalima 2009), ou la vallée du Zat, dans le Haut Atlas occidental (Bellaoui 2005). Elles s'efforcent de valoriser le patrimoine des régions de marge, encore peu exploité. Ce type d'offres s'est développé d'abord dans les marges désertiques, notamment dans les vallées du Draa et du Dadès (El Fasskaoui 2010), autour du patrimoine architectural en terre des *ksours* (habitats collectifs fortifiés) et des *kasbahs* (demeures familiales fortifiées). Il se développe également en montagne.

Quelles sont les principales caractéristiques de ces offres touristiques que leurs responsables revendiquent « alternatives », et en quoi se démarquent-elles des offres touristiques dominantes ? Il s'agit de projets touristiques qui entendent retourner le stigmate, c'est-à-dire faire de la marginalité, qui a permis aux montagnes de conserver des spécificités, un atout pour lutter contre la marginalisation, au point de vue économique (en privilégiant l'emploi local), au point de vue culturel (en montrant d'autres facettes des identités montagnardes et

berbères que celles, stigmatisantes, façonnées à la période coloniale) et au point de vue politique (en mettant en avant des revendications identitaires). Pour cela, ces projets valorisent des objets et des pratiques qu'ils présentent comme des « patrimoines », et adoptent un discours, explicite ou non, sur les « identités » auxquelles renverraient ces objets et pratiques. Ils proposent à des touristes majoritairement étrangers des séjours de découverte, sur une durée plus longue et dans un nombre de lieux plus restreints que dans les types de séjours dominants, l'idée étant de valoriser les ressources locales et de maximiser les retombées locales des séjours. Il convient cependant de souligner leur diversité. Ils sont conçus et réalisés par des acteurs de types variés (associatifs ou privés, locaux ou étrangers), qui n'ont pas les mêmes objectifs (les objectifs politiques sont loin d'être partagés par tous). Ils valorisent, selon des modalités différentes, des types de « patrimoines » différents (ils ne donnent d'ailleurs pas le même sens à ce terme, et, souvent, n'emploient pas ce terme). Ils mobilisent des référents identitaires différents (montagnard, autochtone, berbère, *amazigh*, tribal, villageois, familial, *etc.*), et ne donnent pas non plus le même sens à ces termes.

Précisons que ces projets s'inscrivent dans le cadre d'un changement de discours de l'ensemble des acteurs touristiques : les identités constituent un nouvel argument touristique, adopté également par les tours opérateurs et par les autorités marocaines en charge du développement touristique. Pour cette raison, les porteurs des projets « alternatifs » prennent leurs distances vis-à-vis de l'usage que font ces acteurs des identités (ils les accusent de les utiliser uniquement pour donner l'impression qu'ils renouvellent leurs offres).

Plus généralement, l'émergence de tels projets s'inscrit dans un contexte doublement favorable à la mise en tourisme des identités : premièrement, il existe une demande, de la part des touristes, d'un tourisme « différent », valorisant et respectant les spécificités locales. Elle émane principalement des touristes étrangers, influencés en cela par l'avènement, soutenu par les organisations internationales, d'un « bon tourisme » (Cousin 2008). Elle émane également de certains touristes marocains, qui recherchent des produits « *beldi* », c'est-à-dire des produits dits du terroir. Deuxièmement, le contexte politique national est propice à la valorisation d'identités jusque-là minorées. L'avènement du roi Mohammed VI, en 1999, a marqué l'ouverture d'une période plus favorable à l'expression des associations *amazighes* militantes, qui existaient pour certaines depuis la fin des années 1960. Dans les années 2000, un Institut Royal de la Culture Amazighe (IRCAM) a été créé, un enseignement en langue *amazighe* a été introduit

à l'école, et une chaîne de télévision, la chaîne 8, où sont parlés les dialectes *amazighs*, a été mise en place. Le mouvement de contestation qui a eu lieu au Maroc dans le cadre du « printemps arabe »[10], à partir de février 2011[11], a contribué à mettre encore davantage les identités au cœur des débats politiques. En effet, les manifestants ont relayé la demande, faite depuis longtemps par les associations amazighes, que l'identité berbère soit reconnue comme partie intégrante de l'identité marocaine. Le roi a accédé à cette demande, dans la nouvelle Constitution adoptée en juillet 2011. Ces évolutions favorisent la mobilisation des identités dans des projets de développement.

Champs et pistes de recherche

Approfondir les recherches critiques sur les tourismes dits « alternatifs »

Quelques recherches ont été réalisées récemment sur le tourisme présenté comme « alternatifs » par certains acteurs, en montagne, dans un champ d'études sur le tourisme lui aussi récent[12]. Elles examinent les nouvelles offres proposées par les

---

[10] Je mets le terme entre guillemets car je considère qu'il est simplificateur. Il est utilisé par les médias et les chercheurs par commodité, pour désigner les lieux des événements et les sociétés dans lesquelles ils se déroulent à travers l'un de leurs points communs, l'arabité. L'expression a aussi pour vocation de médiatiser le mouvement, afin de le faire connaître. Mais l'utilisation de cette expression réduit l'identité marocaine à sa composante arabe et occulte la dimension identitaire des revendications, donnant une image homogène et réductrice du mouvement de contestation au Maroc. Je préfère le terme de « printemps marocain », plus neutre et insistant sur les spécificités des évènements dans le cadre national.

[11] Au Maroc, le mouvement de contestation est apparu au grand jour à partir de la journée d'action du 20 février 2011. C'est pourquoi le mouvement est souvent désigné, dans les médias comme par les chercheurs, comme le « mouvement du 20 février ». Ce mouvement est composite. Selon Tourabi et Zaki (2011, p. 99), il est conduit par de jeunes blogueurs, soutenus par le tissu associatif, par quelques syndicats et partis politiques habituellement très critiques envers le régime et par des individus sans étiquette apparente, qui revendiquent des réformes au nom de la justice sociale, de la liberté et de la dignité. Le mouvement s'est constitué en comités qui se réunissaient régulièrement au printemps 2011. Leurs actions sont devenues plus ponctuelles après l'adoption par référendum de la nouvelle Constitution en juillet 2011.

[12] La thématique du tourisme a tardé à gagner sa légitimité dans le monde académique marocain. Néanmoins, à partir des années 1980 et surtout des années 1990, de nombreuses thèses ont été réalisées en géographie sur le tourisme international (Boumeggouti 1995, Hillali 1985, Khlifi 1996) et national (Berriane 1989). De nombreux ouvrages (parmi lesquels : Bélanger, Sarrasin et Stafford 1996, Belkamel 1980, Hillali 2007), actes de colloques (Aït Hamza et Popp 2005, Berriane et Popp 1999, Berriane 2009, Boujrouf 2003, Boujrouf et Tebaa 2011, Chattou 2005, Lucia et Ramou 2010, Ouaouicha 1999) et numéros de revues (*Téoros*, 2005) ont été édités. Des travaux spécialisés sur le tourisme de montagne ont été réalisés à partir de la fin des années 1990 : quelques thèses (Monkachi 1996, Moudoud 1999) et actes de colloques (Saïgh Bousta 2006) ainsi qu'un grand nombre d'articles scientifiques peuvent être cités.

autorités, telles celles des Pays d'Accueil Touristique (Berriane 2003, Boujrouf 2004), celles proposées par les tours opérateurs (Peyron 2006, 2009, 2010 (2), 2011) et celles proposées par des acteurs associatifs ou privés (Bellaoui 2005, Boujrouf 2003 (2), Hillali 2006). Elles évaluent ces offres au regard de leurs retombées locales, au plan économique, environnemental, et, secondairement, culturel. Elles adoptent une perspective critique : leurs retombées économiques seraient trop faibles, leurs impacts environnementaux trop importants, leurs impacts sur les identités négatifs (entraînant une altération des identités dites traditionnelles). Elles abordent le tourisme en termes d'« impacts » et comparent les impacts des projets touristiques dits « alternatifs » par rapport aux offres plus anciennes. Elles défendent l'idée selon laquelle ces projets sont trop récents et trop peu nombreux pour avoir un réel impact sur les pratiques touristiques et pour avoir des impacts économiques, environnementaux et culturels positifs.

Je m'inscris dans la même perspective critique vis-à-vis du caractère « alternatif » de ces projets, et je ne prends pas à mon compte, comme les auteurs des travaux précédemment cités, le terme d'« alternatif », terme utilisé par les acteurs pour promouvoir leurs projets et leur vision du développement touristique, qui relève de l'engagement voire de l'idéologie. Sur d'autres points, je prends mes distances vis-à-vis de ces travaux : ils n'accordent qu'à la marge une attention pour les identités, ils ne sont pas attentifs à la capacité des sociétés d'accueil à utiliser le tourisme dans des stratégies propres, sans en subir les effets négatifs, et ils ne permettent pas de voir les transformations micro engendrées par ces projets.

Les lacunes des recherches qui abordent le couple tourisme-identités dans les Atlas en termes d'impacts se retrouvent dans les recherches réalisées ailleurs qu'au Maroc sur les offres touristiques qui s'affichent « durables » (Dodds 2012, Froger 2012) et revendiquent une attention particulière pour les spécificités environnementales et culturelles locales, comme c'est le cas pour l'écotourisme (Lozato-Giotart 2006), l'ethnotourisme (Michel 2000), le tourisme autochtone (Blangy et Laurent 2007), le tourisme solidaire (Cravatte 2006, Sacareau 2007) ou le tourisme éthique (Amalou, Barioulet et Vellas 2001, Chabloz 2006 et 2007, Schéou 2009). Sont alors évalués : l'aspect effectivement « solidaire » et « éthique » des projets, leur respect de l'environnement, l'échange qu'il permet entre les touristes et les sociétés d'accueil. Peu abordent la question des identités : peu analysent comment les sociétés d'accueil s'emparent du tourisme pour redéfinir ce qui les rassemble. Les identités sont abordées uniquement du point de vue des touristes. Certaines études observent comment les identités personnelles des touristes sont

transformées par leur voyage. Le fait que le tourisme soit prioritairement envisagé comme un facteur d'altération des identités empêche de prendre au sérieux et d'explorer les stratégies identitaires mises en œuvre par les acteurs touristiques et les recompositions identitaires initiées par leurs projets.

Penser le couple tourisme-identités en termes de ressource

Le couple tourisme-identités a été abordé également sous un autre angle, en termes de « ressource ». Des chercheurs, essentiellement des anthropologues (notamment Cousin 2012, Doquet 1999, Picard 1992), se sont penchés tantôt sur la mobilisation par les acteurs touristiques des identités comme une ressource destinée à renouveler une offre touristique, tantôt sur la mobilisation par les acteurs touristiques du tourisme comme une ressource permettant de redéfinir voire de renforcer des identités collectives. Ces travaux ont le mérite d'accorder plus d'attention aux identités, à la façon dont elles sont mobilisées et travaillées par les acteurs touristiques, et d'analyser les effets de ces projets à travers une lecture plus fine, moins manichéenne. Néanmoins, rares sont les travaux qui analysent ensemble les stratégies mises en œuvre par les acteurs touristiques, qui visent à la fois à faire des identités une ressource touristique, et du tourisme une ressource identitaire. Cette piste de recherche demande à être explorée.

Seuls quelques travaux, récents, ont été réalisés, en anthropologie et en géographie, sur le tourisme et les identités dans les Atlas marocains dans une perspective nouvelle, en termes de « ressource ». Certains auteurs, qui s'inscrivent dans le champ de l'économie territoriale, analysent comment les acteurs mobilisent les identités pour construire des ressources patrimoniales et en faire un levier de développement territorial (Jennan et Landel 2006 et 2007, Senil 2011). D'autres (Berriane et Nakhil 2011, Goeury 2011) analysent comment des acteurs touristiques des marges mobilisent des ressources liées à la mondialisation (les mobilités touristiques internationales, les ONG internationales et les émigrés marocains, ainsi que certaines représentations occidentales valorisant les marges), et se penchent sur les effets de ce processus en termes socioéconomiques. Mais là encore, les identités ne sont pas fondamentalement au cœur de leur analyse, focalisée sur les répercussions socioéconomiques du tourisme – parce qu'elles suscitent le plus d'attentes. Ces auteurs soulignent la faiblesse des retombées économiques et sociales des projets touristiques mobilisant des identités, sans pour autant analyser ce qui fait que les acteurs continuent à s'intéresser au tourisme. A mon sens, les motivations des acteurs, les enjeux profonds de leurs

projets et les effets les plus importants de ceux-ci se comprennent en termes d'identités. C'est cela que je vais approfondir et défendre dans ma thèse. Quelques autres travaux analysent comment le tourisme peut être une ressource pour l'affirmation d'identités collectives telles les identités féminines (Borghi et El Amraoui 2006, Tizza 2012) et autochtones (Cauvin Verner 2007 et 2008). Dans ces travaux, les identités sont au cœur de la réflexion. Les effets politiques des stratégies visant à faire du tourisme une ressource identitaire demanderaient néanmoins à être approfondis, ce que je vais m'efforcer de faire dans ce travail.

Penser les identités comme des constructions sociales négociées

Pour voir comment les identités peuvent être mobilisées par les sociétés d'accueil dans des projets touristiques qui relèvent de stratégies à la fois économiques, identitaires et politiques, et éclairer les changements sociaux, identitaires et politiques introduits par ces stratégies, il convient d'aborder les identités comme des constructions sociales. Les réflexions sur le couple tourisme-identité en termes d'impacts se basent sur l'idée selon laquelle l'« identité » serait un ensemble de traits structurels, se reproduisant et se transmettant de génération en génération, et sur l'idée selon laquelle à une communauté humaine correspondrait une culture, une identité et un territoire. Pour pouvoir dépasser cette conception fixiste de l'identité, qui risque d'essentialiser la différence, il semble indispensable de retenir une approche constructiviste des identités, c'est-à-dire une conception de l'« identité » comme une construction complexe, plurielle, évolutive, définie en interaction avec l'Autre, et pouvant avoir des limites spatiales fluctuantes.

Au sein des nombreux travaux qui se réclament d'une approche constructiviste des identités, ceux des « subaltern studies » me semblent particulièrement intéressants à mobiliser - j'y reviendrai de manière plus approfondie dans le premier chapitre - car ils permettent d'aborder le processus de fabrication des identités comme un processus de négociation entre les acteurs en présence, particulièrement dans des contextes marqués par la colonisation comme c'est le cas au Maroc.

Penser les marges comme des espaces d'innovation potentielle

Il convient également de considérer les marges comme des espaces dans lesquels les acteurs sont susceptibles de valoriser les spécificités de ces marges, pour en faire des leviers de lutte contre la marginalisation. La recherche peut alors s'inscrire dans le champ des études géographiques qui considèrent les marges comme des espaces d'expérimentation, potentiellement porteurs d'innovations (Antheaume et

Giraut 2002, Giraut 2009 (2). Ces études se focalisent sur les possibilités offertes par la situation périphérique pour inventer de nouveaux modèles de développement territorial, en adaptant les projets aux problématiques propres aux marges et en valorisant des qualités attribuées au territoire. Elles invitent à penser les marges comme des espaces où s'inventent de nouvelles façons de lutter contre la marginalisation et de faire de celle-ci un atout, en valorisant leurs spécificités, leur qualité, leur « identité ».

Esquisse d'une problématique de recherche

Cette thèse a pour but d'analyser la façon dont le tourisme travaille les sociétés d'accueil de l'intérieur. Dans le cas des Atlas marocains, il s'agit de se demander : quelles recompositions identitaires et sociopolitiques motivent et, le cas échéant, sont initiées par les projets touristiques qui mobilisent des « identités » ? Dans quelle mesure participent-ils d'un processus de recomposition des identités collectives, quelle est l'influence de ces projets sur la façon qu'ont les sociétés d'accueil de se présenter à autrui, et sur la façon qu'elles ont de se représenter elles-mêmes, de se penser pour elles-mêmes ? Quelles sont les implications et enjeux sociopolitiques de ce processus, dans quelle mesure les jeux d'acteurs locaux sont recomposés à travers lui ?

Cette recherche interroge l'idée selon laquelle les stratégies des acteurs touristiques ne sont pas seulement économiques mais sont aussi identitaires et politiques : les identités seraient au cœur des discours des acteurs touristiques, de leurs intentions, et de leurs attentes, et leurs projets auraient plus d'effets en termes identitaires et sociopolitiques qu'en termes économiques.

Cette thèse propose également d'aborder le processus de mise en tourisme des identités comme une négociation entre les acteurs concernés par ce processus. Je l'ai écrit, les acteurs touristiques qui disent réaliser des projets « alternatifs » sont loin d'être les seuls à adopter un discours sur les « identités ». Ils doivent en permanence négocier les identités qu'ils mettent en avant avec les autres acteurs en présence, qui souhaitent valoriser d'autres images des montagnes marocaines, et d'une autre manière, à travers d'autres objets. Il convient alors d'interroger la façon dont la mise en tourisme des identités reflète les rapports de pouvoir qui traversent les sociétés d'accueil, tout en recomposant les jeux d'acteurs locaux.

Comment sont redessinés les jeux d'acteurs locaux et les contours des identités collectives, à travers ces négociations ? Telle est la question à laquelle cette recherche s'efforce de répondre.

Démarche de recherche

Une perspective historique sera adoptée pour comprendre la circulation des images et des imaginaires touristiques élaborées sur la montagne marocaine depuis la période coloniale, pour observer comment les acteurs touristiques jouent actuellement sur ces images coloniales, les reprennent, se les approprient, et les retravaillent. Cette perspective me permettra également d'analyser l'irruption d'autres images de la montagne, en lien avec l'émergence d'un tourisme sportif dans les années 1980 puis d'un tourisme patrimonial dans les années 2000.

Ma démarche emprunte également beaucoup à l'anthropologie, dans la mesure où je m'efforce de comprendre le point de vue des sociétés locales sur le tourisme (sans angélisme sur la « société locale », traversée qu'elle est par des rapports de pouvoir, sociaux et politiques), de comprendre ce que sont et ce que signifient pour les sociétés atlasiques le patrimoine, l'identité, le tourisme, le développement. Précisément, dans la mesure où je considère le « patrimoine », l'«identité », le « tourisme » et le « développement » comme des catégories de la pratique plus que des catégories de la connaissance, je ne donne pas de définitions de ces termes, pourtant clés dans ma thèse, en introduction, comme il peut être habituel de le faire dans une thèse.

Enfin, une dimension géographique de ma démarche réside dans le fait d'interroger la dimension territoriale des identités invoquées dans la mise en tourisme, ainsi que les effets de la mise en tourisme des identités sur l'organisation des espaces touristiques et sur le sens de ces espaces pour les différents acteurs en présence. Pour autant, je conçois la totalité de ma démarche comme s'inscrivant dans le champ de la géographie culturelle et politique. Je comprends la « culture » (et les « identités ») non comme un segment de la société étudiée mais comme imprégnant celle-ci dans son ensemble, et la « culture » - et, donc, la société - comme fondamentalement traversée de rapports de pouvoir. L'espace, dans cette conception, constitue une manière fondamentale de faire groupe.

Déroulement de l'argumentaire

Cette recherche sera restituée au lecteur en quatre temps :

Dans une première partie, je présenterai la manière avec laquelle le couple tourisme-identité a été abordé en sciences sociales (chapitre 1), afin de montrer la pertinence d'une approche en termes de « ressource » et non d'« impact » pour aborder ce couple dans le cas des montagnes marocaines (chapitre 2). Je montrerai également sur quelles conceptions et théories des identités reposent les deux approches, pour défendre une conception constructiviste des identités. A l'issue de ces deux premiers chapitres, j'exposerai les questions qui constitueront les fils conducteurs de ma recherche, et les hypothèses que j'ai mises à l'épreuve du terrain.

Dans une deuxième partie, je présenterai les espaces d'études (chapitre 3) et les méthodes de collecte et d'analyse des données (chapitre 4) que j'ai choisis, en m'appuyant sur une littérature critique, féministe et postcoloniale, sur le « terrain » en géographie.

Dans les deux parties suivantes, j'exposerai les résultats de la recherche effectuée sur le terrain. La troisième partie me permettra de mettre en regard l'offre de tourisme « alternatif » avec les offres plus anciennes et dominantes dans les Atlas, pour faire ressortir les spécificités de ces offres émergentes. J'analyserai, dans le chapitre 5, la fabrication, à l'époque coloniale, d'imaginaires touristiques de la montagne marocaine, et l'évolution des identités mises en avant dans les offres touristiques, dans les années 1980-1990. Dans le chapitre 6, j'analyserai la mobilisation d'identités dans les offres revendiquées alternatives comme une dynamique d'ancrage – les porteurs des projets s'efforcent d'ancrer leurs projets et les identités qu'ils valorisent dans des territoires – alimentée par une dynamique de branchement – ils s'appuient sur des réseaux d'acteurs locaux, nationaux et internationaux, « se branchent » sur des référents identitaires mondialisés et se positionnent vis-à-vis des imaginaires touristiques de la montagne berbère qui circulent depuis la période coloniale.

La quatrième partie sera consacrée, enfin, à montrer que la mise en tourisme des identités constitue un processus de négociation, entre acteurs touristiques (chapitre 7), avec les autorités (chapitre 8) et avec les autres acteurs locaux (chapitre 9). Dans le chapitre 10, j'examinerai les recompositions sociopolitiques, socioéconomiques et socioculturelles qu'induisent ces négociations, dans les territoires atlasiques.

Partie 1.
Réinterroger le couple tourisme – identités

Chapitre 1.
Tourisme et identités

Le champ des recherches réalisées en sciences sociales sur le couple tourisme-identité a été fortement marqué par ce que certains anthropologues ont appelé le « paradigme des impacts » (Doquet 2010, Michel 2000). Il se base sur l'idée selon laquelle le tourisme a des impacts essentiellement négatifs sur les sociétés d'accueil et constitue un agent perturbateur de leurs identités. Il considère que les sociétés locales ne maîtrisent pas les transformations liées au tourisme qui les affectent, et envisage les identités comme des ensembles fixes, qui ne peuvent qu'être menacés par des éléments conçus comme exogènes, tels que le tourisme. Récemment, le couple tourisme-identité a été pensé à travers un nouveau paradigme, que je nomme « paradigme des ressources ». Le tourisme est alors perçu comme une opportunité potentielle pour les sociétés locales, comme pouvant être exploité par celles-ci dans le cadre de stratégies propres, qui peuvent viser à retravailler ou à affirmer ce qu'elles considèrent comme leur(s) identité(s). Celles-ci sont alors conçues comme des ensembles pluriels et évolutifs, aux frontières mouvantes, sans cesse redéfinies par les acteurs sociaux. Ces deux paradigmes engagent donc deux conceptions du tourisme, des sociétés locales et des identités.

Dans cette partie, il s'agit d'explorer les tenants et les aboutissants de ces deux paradigmes, afin de montrer l'intérêt du second pour aborder le couple tourisme-identité dans les Atlas marocains. Il s'agit de plus de montrer l'intérêt d'approches théoriques des identités postcoloniales et post-nationales. Ce premier chapitre vise à montrer comment le couple tourisme-identités a été abordé en sciences sociales et à présenter mon propre positionnement.

I. Tourisme et identités au prisme des « impacts »

L'anthropologie du tourisme à ses débuts s'est efforcée de pointer les impacts négatifs du tourisme sur les identités. Cet angle de vue a été adopté également par les recherches réalisées sur le tourisme en termes de « durabilité », notamment en géographie.

1. Le tourisme contre la culture

A partir des années 1960 et jusque dans les années 1990, des anthropologues (De Kadt 1979, Nunez 1963, Rajotte et Crocombre 1980, Smith 1989 [1977], Turner et Ash 1975), et quelques géographes (Cazes 1989), se sont attelés à faire la critique du tourisme international de masse tel qu'il avait été développé dans les pays dits du « Tiers-monde » et de l'idéologie visant à faire du tourisme un moteur du développement de ces pays. Selon eux, le tourisme représente un risque plus qu'un avantage : il n'a que de faibles retombées socioéconomiques pour les sociétés d'accueil et subvertit leurs cultures.

La subversion des cultures à travers leurs mises en scène touristiques

Le tourisme a été pensé par ces auteurs comme un simulacre. Pour Louis Turner et John Ash (1975), l'industrie touristique crée l'illusion de l'authenticité et renforce l'expérience de la simulation sociale et culturelle. Ils considèrent que le tourisme n'est qu'une mise en scène dévalorisée de la réalité. Ces travaux ont alimenté la thèse – qui a durablement marqué les réflexions en sciences sociales sur le tourisme et les identités - selon laquelle il existe un décalage entre les représentations qu'ont les touristes des sociétés locales et la réalité vécue par celles-ci. Les premières études réalisées sur les imaginaires touristiques véhiculés par les publicités touristiques vont dans ce sens. Georges Cazes (1989) montre ainsi que les professionnels du tourisme sélectionnent les éléments des cultures locales qu'ils jugent les plus spectaculaires, qu'ils les figent dans une culture intemporelle, tout en escamotant les complexes réalités socioéconomiques et politiques locales. L'auteur étudie les conséquences de ce décalage entre imaginaires touristiques et réalités locales du point de vue des touristes et montre qu'il rend difficile la rencontre qu'ils espéraient avec les habitants.

Certains anthropologues (Nunez 1963, Rajotte et Crocombe 1980, Smith 1989 [1977]) ont analysé les impacts du tourisme sur les cultures locales, en se situant cette fois-ci du côté des sociétés d'accueil. Ils voient premièrement le tourisme international comme un facteur d'altération de ces cultures. La marchandisation inciterait les acteurs touristiques locaux à travestir leur culture pour la rendre conforme aux attentes et aux imaginaires des touristes. Le tourisme entraînerait la standardisation de la création artisanale et diminuerait la puissance symbolique des objets artisanaux. Les manifestations culturelles connaitraient la même destinée : programmées artificiellement et mises en scène pour plaire au touriste, elles perdraient leur sens initial. Le tourisme est ainsi accusé de « folkloriser » les

cultures locales. Deuxièmement, ces auteurs voient dans le tourisme un facteur d'acculturation, entraînant l'adoption par les sociétés locales de traits de la culture des touristes, et l'aliénation des systèmes de valeurs traditionnels. Ils défendent la thèse de l'imitation par les personnes plus ou moins en contact avec des touristes de leurs comportements en termes d'alimentation ou d'habillement. Ils soulignent les préjudices de ce phénomène en termes socioculturels : il aggrave la frustration de ceux qui n'ont pas les moyens d'accéder aux produits emblématiques de la culture des touristes et il engendre, chez les membres de la société d'accueil, le sentiment que leur culture est inférieure à celle des touristes.

Une conception naturaliste des cultures

La plupart de ces recherches tendent à adopter une conception objectiviste de la culture. Du moins, elles tendent à considérer les « cultures » comme des ensembles distincts les uns des autres, aux contours bien précis, dont la délimitation échappe en grande partie aux individus. Une telle conception conduit à opposer la culture des « indigènes » et celle des touristes, à penser la seconde comme ne pouvant qu'endommager la première.

Les recherches qui utilisent la notion d'« acculturation » l'entendent parfois dans le sens d'« assimilation ». Puisqu'elles visent à dénoncer le tourisme dans les pays du « Tiers Monde » comme un nouvel impérialisme culturel, elles retiennent le sens le plus radical de la notion. L'assimilation signifie en effet pour eux la disparition de la culture locale et l'intériorisation de la culture du groupe dominant. Une telle conception de l'acculturation revient elle aussi à postuler la continuité de la culture et à la naturaliser[13].

2. Protéger les patrimoines et les identités du tourisme

Les recherches plus récentes réalisées en sciences sociales sur le tourisme, qui s'efforcent de le penser au prisme du « développement durable », privilégient une posture d'évaluation, mesurant les répercussions du tourisme sur les sociétés d'accueil. Elles considèrent elles aussi le tourisme avant tout comme un risque potentiel pour les identités.

---

[13] Selon Denys Cuche (2010, p. 70), cette conception de l'acculturation est plus proche de celle que lui attribue le sens commun que de celle que lui attribuent les anthropologues. Les recherches qu'ils ont conduites sur l'acculturation ont profondément renouvelé le concept de culture : loin de réifier la culture, ils l'ont présentée comme un processus et comme le produit de relations et de situations.

Les effets destructeurs du tourisme sur le patrimoine

Les études qui évaluent les effets des pratiques touristiques sur les patrimoines naturels et culturels (Breton 2009, 2010, 2011), particulièrement en montagne (Dérioz et Bachimon 2009, Godde, Price et Zimmermann 2002, Lama et Sattar 2004, Messerli et Ivès 1997), constatent qu'elles constituent une menace pour ceux-ci. Le même constat est fait par certains des auteurs qui décryptent les offres touristiques présentées comme « durables », accordant de l'attention aux spécificités environnementales et culturelles, comme c'est le cas par exemple pour l'écotourisme (Lozato-Giotart 2006) ou l'ethnotourisme (Michel 2000). Ils adoptent un ton plus virulent encore, dénonçant les impacts négatifs de ces types d'offres sur les cultures (certains parlent d'ethnocide), dans la mesure où leurs initiateurs revendiquent justement une attention aux particularités locales. Selon eux, le discours sur la durabilité représente une amélioration du langage plus qu'un véritable changement de cap vers la préservation des cultures. Certains auteurs (Peyrache-Gadeau et Gauchon 2007) voient dans le tourisme un facteur de fragilisation des identités, lorsqu'il entraîne une dégradation des objets patrimoniaux qui symbolisent ces identités et auxquels les identités donnent sens.

Mettre en tourisme le patrimoine tout en le protégeant

Les auteurs de ces recherches réfléchissent également à la façon de concilier valorisation du patrimoine à travers sa mise en tourisme et protection de celui-ci. Ils présentent la prise en compte de la culture ou de l'identité des populations locales comme le garant d'un tourisme durable. La principale recommandation qu'ils font aux acteurs du tourisme est d'encourager la mise en place de procédures de participation des populations locales : les associer au choix des objets patrimoniaux et de leur mode de valorisation touristique, et à l'activité touristique permet selon eux de mieux préserver le patrimoine et le sens que lui donnent les acteurs locaux. En accordant une place importante à ceux-ci dans la mise en tourisme du patrimoine, ces recherches ouvrent des perspectives pour dépasser les approches qui considèrent les identités comme des ensembles figés ne pouvant qu'être perturbées par le tourisme.

II. Tourisme et identités au prisme des « ressources »

1. Critique du paradigme des impacts

Déconstruire le paradigme des impacts

Les recherches qui abordent le couple tourisme-identité à travers le paradigme des impacts ont fait l'objet de nombreuses critiques à partir des années 1990.

Cazes (1992) les accuse d'adopter un ton trop dénonciateur et subjectif pour être constructif. Pour lui, elles relèvent du jugement de valeur, car elles reposent sur une hostilité dogmatique à la société de consommation, que les touristes incarneraient. S'il juge utiles les recherches qui pointent les dangers du tourisme international pour les sociétés locales – qu'il alimente dans son ouvrage de 1989 -, il s'attache à montrer les excès de celles-ci dans son ouvrage de 1992. Il invite premièrement à ne pas rendre le tourisme responsable de tous les maux. Selon lui, les phénomènes d'acculturation préexistent au tourisme, ils sont le signe de cultures déjà fragilisées et déjà influencées par la culture occidentale mondialisée, à travers, entre autres, les médias, l'urbanisation, l'instruction, les transferts de technologie, les migrations. Il propose de ne pas penser le tourisme indépendamment des autres facteurs de changement social et culturel. Deuxièmement, il refuse de considérer les sociétés d'accueil comme uniquement passives et affectées par le tourisme et souligne leur capacité à résister aux effets négatifs du tourisme.

Isabelle Sacareau (2007) va plus loin : elle met en avant la capacité des sociétés locales non seulement à se protéger du tourisme mais aussi à s'en saisir[14] pour faire connaître sur la scène internationale les injustices dont elles sont victimes. Elle souligne de plus la capacité des touristes individuels à respecter les sociétés locales. Elle invite ainsi à « dépasser l'idée de la confrontation entre un tourisme prédateur et une société locale impuissante qui ne ferait que le subir ».

Anne Doquet (2010) invite plus explicitement encore à dépasser le paradigme des impacts. Pour elle, il est légitime que les chercheurs veuillent se pencher sur les

[14] Sur ce point, elle rappelle les arguments de Rémy Knafou (1991) et de l'équipe MIT (2002), selon lesquels il n'y a pas de réussite du tourisme sans assentiment ni participation et action des sociétés d'accueil, capables de tirer parti du tourisme pour elles-mêmes. Ces arguments se fondent sur l'idée que le tourisme n'est pas exogène aux sociétés d'accueil, qu'elles peuvent se l'approprier dans des stratégies propres.

effets du tourisme sur les sociétés et en dénoncer les indéniables effets négatifs. Elle voit un risque non pas dans le paradigme des impacts en soi mais dans le fait de lui accorder la prééminence, parce que cela induit l'idée que la société locale est passive et que le tourisme est un élément exogène. Elle recommande, elle aussi, de redonner leur place aux acteurs locaux et de montrer qu'ils peuvent utiliser le tourisme dans des stratégies propres, éventuellement identitaires.

Déconstruire les catégories d'acteurs qui sous-tendent le paradigme des impacts

Les critiques du paradigme des impacts citées ci-dessus reposent sur l'idée qu'il y aurait des catégories d'acteurs bien définies et souvent opposées (touristes *versus* voyageurs, sociétés de départ *versus* sociétés d'accueil, tours opérateurs *versus* acteurs du tourisme alternatif), et sur l'idée selon laquelle certaines catégories d'acteurs et de pratiques (le touriste, qui fait appel à un tour opérateur pour organiser son voyage et pratique un « tourisme de masse ») auraient une influence négative sur l'évolution des sociétés d'accueil (présentées comme traditionnelles donc fragiles), tandis que d'autres (le voyageur, celui qui voyage avec des acteurs « alternatifs » dans le cadre d'un tourisme « solidaire » ou « responsable ») auraient une influence moins dévastatrice. Les travaux qui critiquent le paradigme des impacts montrent que ces systèmes d'opposition n'ont pas de sens. Ils déconstruisent ces catégories et les attributs supposés de celles-ci :

D'abord, ils critiquent l'opposition entre sociétés occidentales de départ présentées comme développées, et sociétés d'accueil présentées comme prémodernes, traditionnelles, immobiles. Cazes va dans ce sens lorsqu'il montre que les sociétés d'accueil peuvent être aussi touchées par des phénomènes de modernisation, indépendemment du tourisme. Sacareau (1997) également, lorsqu'elle montre qu'une société locale, celle du Népal, loin d'être immobile, peut s'emparer du tourisme en l'adaptant aux conditions locales.

Ensuite, ils dénoncent la non-pertinence de la catégorie « société locale » ou « société d'accueil ». Sacareau (2007) montre qu'elle est, bien plus qu'un tout homogène, un système d'acteurs complexe, marqué par une stratification sociale, professionnelle (*etc.*) complexe, par des implications dans l'activité touristique différentes suivant les individus et les groupes, et par une vision différente du développement touristique, qui peut parfois déboucher sur des conflits. Le fait que leurs volontés et capacités respectives à ne pas subir le tourisme soient extrêmement différentes remet en cause la pertinence de l'expression « sociétés d'accueil ».

De plus, ils critiquent l'opposition entre des catégories d'acteurs et des pratiques qui correspondraient à des types d'acteurs, de touristes et de lieux bien différenciés, en mettant en avant les contours flous de ces catégories, la complexité des parcours des acteurs et le caractère mouvant des pratiques touristiques. Ainsi, certains critiquent la catégorie « tourisme alternatif ». Sacareau (2007) déconstruit la catégorie « tourisme solidaire » en montrant qu'elle cache des types d'offres, des types d'acteurs – de l'entreprise touristique à l'ONG de développement – et des objectifs très différents, de la bonne pratique commerciale à l'action humanitaire. Même ceux qui, comme Bernard Schéou (2009), tentent de clarifier les catégories du tourisme « alternatif » employées par les acteurs, en attribuant des caractères spécifiques aux différentes catégories qu'ils utilisent (tels que le tourisme responsable, le tourisme solidaire et le tourisme équitable) reconnaissent la difficulté de cette clarification : cette catégorisation relève du champ des acteurs et recouvre des réalités complexes.

Dans la même veine, certains auteurs remettent en cause la distinction faite par les acteurs entre acteurs du tourisme de masse et acteurs du tourisme alternatif, et entre pratiques touristiques de masse et pratiques alternatives. Si l'on considère que tous les acteurs ont une capacité d'agir, alors on doit admettre que tel acteur ne peut être figé dans telle ou telle catégorie. Sacareau (2007) montre le flou de ces catégories en montrant que, d'un côté, la rhétorique « alternative » est aussi utilisée par les tours opérateurs et que, de l'autre côté, les offres « alternatives » sont parfois proches des offres classiques. Elle fait également l'hypothèse que le tourisme individuel bénéficie plus aux sociétés locales que le tourisme solidaire. Quant à Lionel Lapompe-Paironne (2011[15]), il analyse comment les acteurs se positionnent sur des créneaux différents, celui du « tourisme sédentaire » et celui du « tourisme itinérant », et montre l'effacement des frontières entre ces deux catégories dans la pratique : souvent, dans un même lieu, tourisme sédentaire et tourisme itinérant cohabitent et, dans les pratiques des touristes, sont indissociables. Ils ne correspondent ni à des lieux différents ni à des pratiques véritablement opposées. Il montre également que la frontière entre tourisme de masse et tourisme alternatif se réduit au fur et à mesure de l'institutionnalisation du tourisme alternatif. Ces recherches déconstruisent ainsi l'idée qu'il y aurait de mauvaises et de bonnes manières de pratiquer le tourisme, et montrent que l'opposition entre ces catégories est construite par les discours des acteurs, parfois

[15] Je me base sur un de ses articles, paru en 2011, n'ayant pu avoir accès à sa thèse (2008).

même par des acteurs institutionnels (Cousin 2008), sans qu'elle corresponde à la réalité des pratiques.

D'autres enfin critiquent l'opposition entre des catégories de touristes qui seraient « bons » et d'autres qui seraient « mauvais ». Tandis que Jean-Didier Urbain (1991) déconstruit l'idée selon laquelle le touriste serait un « idiot du voyage », l'équipe MIT (2002) critique la stigmatisation des touristes, présentés comme des « moutons de panurge » ou des « hordes barbares ». Quant à Sacareau (2007), elle revient sur la distinction faite entre les « touristes solidaires » et les autres, et sur l'idée selon laquelle les premiers auraient des impacts moins dévastateurs sur les cultures locales que d'autres types de touristes. Pour cela, elle souligne le fait que les autres touristes ne sont pas forcément de mauvais touristes irrespectueux, que la clientèle du tourisme individuel n'est pas très différente de celle du tourisme solidaire dans sa composante socioéconomique (classe moyenne supérieure dotée d'un fort capital culturel) et qu'il n'y a donc pas de raison qu'elle se comporte de manière irrespectueuse et qu'elle ait des impacts négatifs sur les sociétés locales.

Dans la continuité de ces approches qui déconstruisent les catégories d'acteurs et de pratiques pour démonter le paradigme des impacts, certains auteurs abordent le couple tourisme-identités en termes de « ressources ». Ils envisagent tantôt les identités comme des ressources touristiques, tantôt le tourisme comme une ressource identitaire. Ils présentent le tourisme sous l'angle de ses potentialités et adoptent un positionnement constructiviste, mettant les acteurs au cœur de la réflexion : ils conçoivent les ressources touristiques et les identités comme des construits sociaux. Certains parlent d'« identités » plus que de « cultures ».

2. Les cultures, ressources touristiques

Les ressources touristiques, des constructions sociales

Dans la lignée de Claude Raffestin (1986 (1)), l'équipe MIT (2002) s'est attachée à déconstruire l'idée selon laquelle il existerait des ressources touristiques « naturelles » telles que le climat, la mer ou la montagne et selon laquelle certains lieux, dotés de telles ressources, auraient une « vocation touristique ». Les lieux touristiques sont présentés comme le résultat non seulement d'une attraction pour des milieux naturels singuliers mais aussi d'un regard nouveau porté sur ces milieux par une société et de l'intentionnalité des acteurs qui « inventent » ces lieux, au sens où ils proposent une autre utilisation d'endroits déjà connus et habités. Les ressources touristiques ne sont donc pas des donnés mais des construits sociaux,

historiquement situés. Sacareau (2011) applique cette idée à la ressource « montagne ». Selon elle, le tourisme ne s'appuie pas sur des ressources qui lui seraient externes, telles qu'un milieu naturel, mais il produit lui-même et renouvelle dans le temps ses propres ressources. L'auteure montre ainsi que la montagne a évolué comme ressource touristique au gré de l'invention de nouvelles pratiques touristiques. Ces travaux reprennent à leur compte la définition de la ressource qu'en donne Raffestin (1980). Pour lui, il n'y a pas de ressource « naturelle », il n'y a que des ressources produites par des acteurs sociaux, perçues comme telles et dotées d'une valeur d'usage par ceux-ci, dans un contexte social et historique précis.

Les cultures, ressources touristiques durables

Les cultures ont été considérées comme des ressources touristiques durables, au sens où elles constituent un ressort fondamental des mobilités touristiques (équipe MIT 2002). En effet, en se déplaçant, le touriste est confronté à l'altérité, à d'autres lieux et à d'autres personnes, et donc à des identités différentes de la sienne. C'est souvent cette différence qui motive son voyage. Si les éléments culturels recherchés par les touristes et qui sont susceptibles de les dépayser, évoluent avec le temps, la quête d'altérité demeure l'une des motivations principales de leur déplacement. Pour répondre à cette quête, les acteurs touristiques exaltent et mettent en scène la singularité des lieux et du groupe social qui l'habite. Ils s'en emparent pour construire, pérenniser et renouveler leurs offres touristiques.

Ces recherches présentent les cultures comme une ressource touristique majeure et durable, constamment réinventée comme telle, au gré du regard que les touristes portent sur elles, de leurs pratiques et des offres des acteurs touristiques. Elles permettent de dépasser le paradigme des impacts en ce qu'elles montrent que le tourisme, avant d'être un facteur d'altération des cultures, se fonde sur elles.

3. Le tourisme, ressource identitaire

D'autres travaux abordent le tourisme comme une ressource identitaire.

Le tourisme, moyen pour les sociétés locales de reconfigurer leurs identités

Pour dépasser le paradigme des impacts, des anthropologues ont montré l'importance de cesser de penser le tourisme comme un élément exogène et les sociétés locales comme des « réacteurs » (Picard et Michaux 2011), et de restituer

le rôle actif qu'elles peuvent jouer dans le processus de mise en tourisme des identités, instrumentalisant les identités à des fins diverses. Les ouvrages dirigés par Jean-Marie Furt et Franck Michel (2006, 2007 et 2011) affichent ainsi comme objectif de considérer le couple tourisme-identité sur le mode du lien et non plus du conflit, et de réfléchir aux conditions dans lesquelles le tourisme peut participer à la refondation des identités.

Ces travaux se situent dans la lignée de l'ouvrage précurseur de John Allcock, Edward Bruner et Marie-Françoise Lanfant (1995) et des études réalisées en Indonésie par Michel Picard (1992, 2001, 2010), sur Bali, puis par d'autres auteurs tel que Maribeth Erb (2001), sur Flores. Picard montre comment la décision de l'Etat indonésien de promouvoir un « tourisme culturel » a sensibilisé les Balinais à leur culture et les a conduits à mettre à profit le tourisme pour affirmer leur identité culturelle. A travers la notion de « culture touristique », Picard montre l'indissociabilité de l'identité balinaise et du tourisme : les Balinais s'identifient à ce par quoi les touristes les identifient. De nombreuses études, réalisées dans des lieux différents, étayent et approfondissent cette proposition. Doquet (1999, 2002 (2)) a montré qu'au Mali, les mises en scène du masque dogon, qu'elles soient à destination des touristes, ou qu'elles soient rituelles, à destination des Dogons, se sont imprégnées de conceptions exogènes du masque, façonnées par les ethnologues occidentaux depuis le XIXe siècle puis relayées par les touristes. En même temps, elle a observé que ces mises en scène du masque ne se réduisent pas à l'image construite par les ethnologues : en coulisses, entre eux, les Dogons négocient ce qu'ils montrent du masque. Le tourisme leur donne l'occasion d'objectiver leur identité et de reformuler des images à la base imposées de l'extérieur. De même, Elina Caroli (2009) a observé comment, dans les Pouilles, en Italie, une tradition musicale a été revalorisée à travers des projets touristiques, mobilisant et dépassant les descriptions qu'en avaient fait les ethnologues. Ces auteurs montrent comment la mise en tourisme d'une société la travaille de l'intérieur et affecte profondément l'idée qu'elle se fait d'elle-même. Ils ont le mérite d'avoir observé comment les sociétés locales passent de la réaction (à un projet porté par l'Etat ou à des représentations portées par les ethnologues) à l'action, et comment *in fine* elles s'approprient ces représentations en les modifiant, et font du tourisme un moyen pour redéfinir et réaffirmer leurs identités. Ils permettent de dépasser le paradigme des impacts en ce qu'ils considèrent les sociétés locales comme actrices, susceptibles d'utiliser le tourisme dans des stratégies propres.

Ces travaux montrent également que ces stratégies peuvent être identitaires en même temps qu'économiques. Ils montrent d'abord que les motivations économiques, premières, ne sont pas incompatibles avec une quête identitaire. Doquet (2002 (1), pp. 119-120) écrit ainsi : « il ne fait aucun doute que les motivations de ces nouveaux montreurs de culture soient avant tout d'ordre économique. Néanmoins, il est intéressant d'entendre dans leurs discours que cette réinvention des traditions répond aussi à un désir de la jeunesse de mieux comprendre son passé pour mieux savoir qui elle est ». La thèse selon laquelle la mise en tourisme des identités serait soumise aux seuls impératifs économiques est ainsi dépassée. Ils soutiennent ensuite l'idée que la marchandisation des identités n'entraîne pas nécessairement leur folklorisation. Les mises en scène du masque dogon sont faites pour répondre aux attentes et aux représentations des touristes, mais elles relaient aussi la signification que le metteur en scène attribue aux masques et la vision qu'il a de l'identité dogon. Ces recherches montrent que la mise en tourisme des identités n'obéit pas seulement à des impératifs économiques mais correspond aussi à la volonté des sociétés locales de travailler leurs identités. Saskia Cousin (2006) va plus loin : selon elle, les enjeux du « tourisme culturel » sont moins économiques qu'identitaires et politiques. Les retombées économiques sont généralement plus faibles que ce qui était attendu. Le tourisme crée des attentes plutôt d'ordre identitaire : il permet de légitimer une identité collective. La mise en tourisme des identités, loin d'enlever du sens à ces dernières, peut donc permettre aux sociétés locales de les revaloriser.

Les acteurs touristiques, passeurs d'identités

Certains travaux accordent une attention particulière aux acteurs impliqués directement dans l'activité touristique et à leur manière de mobiliser les identités. Ils analysent le rôle clé joué par le guide (Boulay 2006, Chabloz et Raout 2009, Doquet 2009, Salazar 2008), prolongeant ainsi une première vague d'études réalisées en géographie sur les guides dans les Alpes (Bourdeau 1991, Debarbieux 1988 et 1995, Loux 1988) et dans l'Himalaya (Sacareau 1997). Ces études avaient permis de souligner le rôle important des guides dans l'appropriation de l'activité touristique par les sociétés locales et, à travers l'analyse de trajectoires individuelles et collectives variées, de montrer d'un côté la création de solidarités entre les guides, la formation de cultures professionnelles et, d'un autre côté, le maintien voire le renforcement des hiérarchies entre les accompagnateurs en fonction de leur statut social, de leur ethnie, de leur niveau de formation, comme dans l'Himalaya.

Les études plus récentes réalisées en anthropologie sur les guides analysent leur rôle d'« acteurs intermédiaires »[16], de « médiateurs culturels » (Chabloz et Raout 2009, p. 8), puisqu'ils sont au centre des interactions entre touristes et visités et de la fabrication des identités mises en tourisme : « les hommes « tampons », intermédiaires, médiateurs, courtiers, deviennent des nids de production d'images et d'identités » (Doquet 2010). Ils participent en effet à la construction des images que les touristes se font des sociétés d'accueil et des images que les sociétés d'accueil se font des touristes. Ces travaux montrent que les sociétés locales, à travers l'action de certains individus, peuvent utiliser le tourisme pour repenser leurs identités, telles qu'elles sont présentées aux touristes et telles qu'elles se les représentent pour elles-mêmes.

4. Une approche constructiviste des identités

Les recherches qui envisagent tantôt les identités comme des ressources touristiques, tantôt le tourisme comme une ressource identitaire, ont en commun de considérer les identités comme des construits sociaux.

Les identités, des constructions sociales

Elles se situent dans la lignée des recherches qui visent à dé-essentialiser les identités, à montrer qu'elles ne sont en aucun cas « naturelles ». La posture constructiviste est celle qui a été majoritairement adoptée dans les travaux réalisés en sciences sociales sur l'identité depuis le regain d'intérêt qu'a suscité la notion, à la faveur du « *cultural turn* ». Le terme désigne un nouveau cadre de pensée qui, à partir des années 1960 dans le monde académique anglo-saxon et des années 1970 dans le monde académique français, a mis la culture au centre de la compréhension des phénomènes sociaux et a critiqué les conceptions essentialistes de celle-ci (Mattelard et Neveu 2003). L'un des premiers ouvrages à défendre un tel projet, celui de Peter Berger et Thomas Luckman (1986 [1966]), intitulé *La construction sociale de la réalité*, se donnait pour objectif de démystifier les discours visant à faire passer les identités revendiquées par des groupes comme des données préexistantes, intangibles, fixes et non négociables, dans un contexte de montée des communautarismes aux Etats-Unis. L'ouvrage défendait l'idée que les identités sont des discours, instrumentalisés par des acteurs sociaux. Une telle

[16] Je me réfère au titre du séminaire « Tourisme : recherches, institutions, pratiques » organisé par l'EHESS qui portait, pour 2011-2012, sur le thème de « la chaine des intermédiaires : experts, guides, médiateurs, go-between et cultural broker ».

posture permet d'analyser les identités mises en tourisme comme fabriquées par les acteurs qui interviennent dans cette activité.

Les identités, des relations sociales

Les travaux qui s'inscrivent dans le paradigme des ressources s'inspirent plus particulièrement de certains courants de recherche constructivistes, et d'abord de la conception interactionnelle de l'identité, que l'on doit à Fredrik Barth (1969). Cet auteur a montré que l'identité s'élabore dans les relations qu'entretiennent les groupes ethniques les uns avec les autres, dans la définition, sans cesse renégociée, de la frontière entre Nous et Eux[17]. Sa thèse permet d'envisager les identités mises en tourisme comme construites dans l'interaction des porteurs de projets avec les autres acteurs sociaux en présence, et de comprendre la reconstruction des identités à travers le tourisme comme un processus. Dans la mesure où l'identité résulte d'une situation relationnelle, elle est susceptible d'évoluer en permanence. Pour cette raison, certains auteurs abordant le tourisme comme une ressource identitaire parlent d'« identification ».

Les identités, des choix qui rendent possible l'action

Le paradigme des ressources s'appuie de plus sur des approches pragmatiques de l'identité, pour lesquelles l'identité est un choix, réalisé par des individus (l'identité collective étant le produit de l'adhésion de plusieurs individus). Selon Anthony Giddens (1991), l'individu - produit de l'invention de l'Etat-Nation – se caractérise par sa faculté de réflexivité sur lui-même et sur son insertion dans la société, qui lui donne une marge d'action. Ce choix est contraint par les relations sociales dans lesquelles l'individu s'inscrit : il effectue son choix parmi des appartenances héritées, existant en dehors de lui (Kaufmann 2004).

Les recherches sur le tourisme qui se situent dans le paradigme des ressources utilisent plus souvent le terme d'« identité » que celui de « culture ». Elles l'utilisent dans le sens où elles considèrent, en suivant les approches pragmatiques, que le terme d'identité implique un choix et rend donc possible l'action des

---

[17] Les identités individuelles peuvent également être considérées comme le produit du rapport aux autres, un rapport d'assimilation et de différenciation. Amin Maalouf (1998, p. 35) écrit ainsi : « ce qui détermine l'appartenance d'une personne à un groupe donné, c'est essentiellement l'influence d'autrui, parents, compatriotes, coreligionnaires, qui cherchent à se l'approprier, et l'influence de ceux d'en face, qui s'emploient à l'exclure ».

porteurs de projets touristiques sur les identités[18]. L'utilisation du terme de « stratégie identitaire » répond à la même logique : indiquer que l'identité constitue un moyen pour atteindre un but et que les acteurs touristiques disposent d'une marge de manœuvre pour atteindre leur objectif. La mobilisation d'approches pragmatiques des identités permet donc de considérer le rôle clé joué par ces acteurs dans la recomposition des identités.

Les identités plurielles et métisses

Enfin, les auteurs qualifient les identités retravaillées par le tourisme de « plurielles » et parlent « des identités » au pluriel. Ce positionnement renvoie aux travaux qui abordent l'identité individuelle comme fondamentalement complexe, résultant du choix de l'individu d'appartenir à tel ou tel collectif, et de « l'effort constant et volontaire du sujet pour gérer sa propre continuité » (Di Méo 2007, p. 74), pour « créer l'illusion d'une totalité évidente » (Kaufmann 2004, p. 55), par-delà les contradictions auxquelles ses choix le mènent. On aurait à faire à des « individus à identités multiples » (Stock 2006, p. 156). Les identités individuelles sont d'autant plus multiples que le processus de mondialisation, la mobilité croissante des personnes et de l'information, entraînent un élargissement des possibilités de choix de référents identitaires et permet aux individus de se rattacher à des communautés d'appartenance de plus en plus diverses (Maalouf 1998, Sen 2006).

Les recherches sur le tourisme comme ressource identitaire renvoient également aux auteurs qui considèrent les identités collectives comme métisses. La notion de métissage, qui connait une grande diffusion en sciences sociales depuis les années 1990 (voir par exemple Amselle 1990), désigne une forme particulière de mélange culturel, de dialogue entre des cultures. Ce phénomène a été désigné par d'autres expressions, telles celle de « bricolage identitaire » (Bayart 1996) ou celle de « créolisation », inventée par Edouard Glissant dans les années 1990, pour rendre compte des identités caribéennes reconstruites suite à l'esclavage. Ces notions ont pour objectif de montrer que les identités sont essentiellement faites de multiples référents. Elles permettent d'étudier les identités façonnées par les porteurs de

[18] Les définitions que donnent Lévy et Lussault (2003) et Cuche (2010) de l'identité et de la culture adoptent une telle conception pragmatique de l'identité. Selon eux, l'identité implique une réflexivité, un choix conscient de la part des individus qui, pour mener à bien leurs stratégies, sélectionnent certains traits culturels. Ils considèrent la culture comme un ensemble de traits collectifs construits sur le temps long, de productions idéelles et matérielles qui reflètent le rapport au monde d'une collectivité, et l'identité comme un choix parmi ces traits.

projets touristiques comme faites d'emprunts à différents cultures (celle des habitants, celle des touristes, celle des acteurs touristiques eux-mêmes, *etc.*).

5. Approfondir les approches en termes de ressource

Le couple tourisme – identité a été abordé récemment à travers ce que j'ai appelé le « paradigme des ressources ». Il entend dépasser les approches, plus anciennes, en termes d'impacts. Ma recherche s'inscrit dans une démarche en termes de ressources. Elle comprend le tourisme comme une opportunité dont se saisissent les sociétés d'accueil (notamment par le biais des acteurs touristiques), pour redéfinir et revaloriser les identités. Elle comprend les identités comme le produit de relations sociales évolutives, comme le résultat de choix des acteurs, et comme fondamentalement plurielles. Ma thèse vise également à approfondir ce type de démarche. En effet, il existe, d'un côté, des travaux sur les identités comme ressources destinées à renouveler des offres touristiques, et, d'un autre côté, des travaux sur le tourisme comme ressource destinée à renouveler des identités collectives, mais peu examinent comment les acteurs touristiques mobilisent les identités comme des ressources touristiques ET comment ils mobilisent le tourisme comme une ressource identitaire. L'un de mes objectifs est de me pencher sur l'articulation par les acteurs de ces deux stratégies.

III. Tourisme et identités : regard « postcolonial »

Certaines recherches, qui analysent la mise en tourisme des identités comme une négociation, me paraissent susceptibles d'alimenter ma réflexion sur les identités comme ressources touristiques et sur le tourisme comme ressource identitaire. Elles renvoient implicitement au champ des études postcoloniales et gagneraient, me semble-t-il, à s'y inscrire explicitement.

1. La négociation des identités à travers le tourisme

Trois corpus abordent la mise en tourisme des identités comme un processus négocié. Ils analysent comment les acteurs touristiques se positionnent par rapport aux imaginaires touristiques (dans le premier corpus), comment ils négocient les identités collectives qu'ils mettent en avant avec les autres acteurs en présence, notamment avec l'Etat (dans le deuxième corpus) et avec les sociétés locales (dans le troisième corpus).

L’instrumentalisation des imaginaires touristiques

Mobiliser des imaginaires touristiques pour affirmer une identité collective

Quelques travaux d’anthropologues (Salazar 2009 et 2010) et de géographes (Debarbieux 2012) se sont penchés sur la façon dont les sociétés locales utilisent les imaginaires touristiques pour refaçonner leur propre identité. Noël B. Salazar montre comment les Massaï, en Tanzanie, reprennent à leur compte les représentations que véhiculent les médias et les agences touristiques de leur ethnie, pour objectiver et affirmer leur identité ethnique. Bernard Debarbieux se penche sur trois cas dans lesquels des acteurs locaux jouent sur les imaginaires touristiques, façonnés par les savants et les artistes, pour obtenir une reconnaissance en tant que collectif, affirmer des identités montagnardes (Chamonix), ethniques (les « italo-américains » de Little Italy, à New York) et sexuelles (« gay », à Manchester).

Il distingue les « identités collectives » des « identités sociales », en s’appuyant sur les définitions qu’il en donnait dans un article de 2006, inspirées des travaux de Richard Jenkins (2000). Par « identité collective », il désigne « le sentiment et la volonté partagés par plusieurs individus d’appartenir à un même groupe et de se présenter comme tels dans l’espace public » (2012). L’« identité sociale » réfère pour lui « aux catégories et aux groupements que nos sociétés et les individus qui les composent désignent comme des entités du monde social » (2012). Elle qualifie « le type d’identité attribuée ou imputée par d’autres à un individu ou à un groupe pour le situer dans une représentation de la société » (2006, p. 341), soit dans une catégorie classificatoire permettant de l’identifier à travers son statut professionnel, familial, sexuel, morphologique ou l’environnement « naturel » dans lequel il s’inscrit. L’auteur montre que les acteurs locaux affirment leur identité collective en instrumentalisant des imaginaires touristiques qui constituent une composante des identités sociales, c'est-à-dire en adoptant, parfois en réinterprétant, des traits identitaires qui leur sont attribués de l’extérieur. Le distinguo entre identités collectives et sociales permet de clarifier la nature des identités en jeu dans le tourisme[19]. L’auteur ne parle pas explicitement des

[19] D’autres auteurs (Avanza et Laferté 2005, Brubacker 2001) ont proposé de remplacer le terme d’« identité », qu’ils jugent trop ambigu. Les premiers proposent de le remplacer par trois termes. Celui d’« identification » qualifie l’attribution identitaire qui se fait dans le cadre d’une institution (telle que l’Etat). Celui d’« image sociale » renvoie aux discours et aux représentations organisant la perception des groupes, produits par des élites. Celui d’« appartenance » désigne la façon dont les individus s’approprient les identifications et les images, façonnées de l’extérieur. L’idée d’abandonner la notion d’identité me semble excessive. Comme le dit Kaufmann (2004),

identités mises en tourisme comme d'identités « négociées », mais il s'appuie sur des théories de l'identité qui invitent à les comprendre ainsi.

L'identification comme positionnement par rapport à des catégories sociales

Debarbieux parle des identités sociales comme des « catégories ». Il renvoie ainsi aux études réalisées récemment sur l'« intersectionnalité ». Cette notion a été forgée aux Etats-Unis, dans les années 1970, par le courant du « black feminism ». Il dénonce l'incapacité des politiques destinées à lutter contre les violences faites aux femmes noires à penser le caractère multidimensionnel de la subordination à laquelle elles sont soumises. Dans le contexte francophone, la notion a été utilisée dans des études sur le genre à partir du milieu des années 2000 (Bilge 2009, Dorlin 2005, Palomares 2010, Palomares et Testenoire 2010). Elle n'a fait l'objet d'une utilisation en géographie que récemment, dans le champ de la recherche anglophone (Valentine 2007).

Ces études postulent que l'inégalité sociale constitue un phénomène à facettes multiples, qu'elle est le produit de l'intersection de rapports ethniques, de classe et de genre. Elles s'efforcent de penser la constitution, l'articulation et le renforcement mutuel de différentes catégories de normes sociales, d'analyser la façon qu'ont les individus de se positionner par rapport à elles, et de mettre en évidence les effets conjoints, à leur échelle, de l'imposition de ces catégories. Elles raisonnent en termes de négociation des individus avec les normes sociales, et analysent leur façon d'intégrer dans leur identité les catégories sociales imposées en les transformant. Elles entendent montrer que les identités sont une combinaison de catégories sociales réappropriées. Debarbieux insiste, davantage que ne le font ces analyses, sur la capacité de choix et de « réflexivité » des individus, au sens que donne Giddens (1991) à ce terme. Il valorise la capacité des individus à mobiliser des catégories sociales imposées, assignées, à se les réapproprier et à les mettre au service de stratégies propres. Il souligne, comme François Dubet et Danilo Martucelli (1998), l'emprise décroissante des identités sociales sur les individus et la capacité croissante de ceux-ci à choisir les catégories sociales qu'ils font leur.

---

cela revient à abandonner l'idée d'analyser une réalité sociale importante. La distinction opérée par Debarbieux entre « identité sociale » et « identité collective » me semble plus pertinente : elle permet de distinguer simplement les identités légitimées et imposées au groupe de l'extérieur, de celles qui sont endogènes, appropriées, revendiquées par le groupe.

L'identification comme revendication collective
Pour ne pas privilégier une approche attributive et catégorielle des identités, Debarbieux valorise les identités telles qu'elles sont revendiquées par les acteurs locaux. Il s'appuie pour cela sur des travaux issus de la sociologie de l'acteur et de la sociologie des mouvements sociaux, qui accordent une attention particulière aux mouvements sociaux mobilisant des référents identitaires, et en particulier sur ceux de Manuel Castells (1999 [1997]), pour lequel les identités constituent le moteur des nouveaux mouvements sociaux. L'auteur pointe la fabrication, par leurs acteurs, d'« identités résistance », destinées à s'opposer aux « identités légitimantes », et d'« identités projet », permettant aux acteurs de redéfinir leur position dans la société et de remettre en cause les fondements identitaires dominants. L'auteur montre également comment ils mobilisent des « images », qui circulent dans un contexte de mondialisation, pour modeler des « imaginaires communautaires », soit participer à la production d'identités collectives, alternatives aux identités sociales imposées (pour reprendre les termes de Debarbieux). Castells insiste sur le fait qu'elles se constituent dans le cadre de projets collectifs.

Les théories de l'identité sur lesquelles s'appuie Debarbieux font donc apparaitre les identités collectives, revendiquées, en partie comme étant choisies et inventées par les acteurs, et en partie comme le produit de négociations effectuées par les individus avec des catégories sociales imposées qu'ils se réapproprient, quitte à les modifier.

La négociation des identités mises en tourisme avec l'Etat

D'autres recherches, récentes, conçoivent plus explicitement les identités mises en tourisme comme des identités « négociées » par les porteurs de projets avec les autres acteurs en présence, notamment avec l'Etat. Elles analysent comment les acteurs touristiques se positionnent par rapport aux « identités sociales » que l'Etat cherche à imposer *via* le tourisme et comment ils promeuvent des « identités collectives », parfois différentes.

Le tourisme comme moyen de contrôler les identités pour l'Etat
Le tourisme est d'abord perçu comme un moyen utilisé par l'Etat pour renforcer l'identité nationale. Emmanuelle Peyvel (2007) étudie comment, au Vietnam, le tourisme a été utilisé par l'Etat comme un moyen pour « mettre en vitrine l'identité de la nation » (p. 145), à travers la mise en scène de sites touristiques, hauts lieux de batailles menées contre les Américains. D'autres auteurs montrent comment

des mythes promus dans le cadre de l'activité touristique peuvent nourrir le sentiment d'appartenance nationale. Mihaela Hainagiu (2008) présente ainsi le cas de circuits réalisés en Roumanie sous Ceausescu sur le thème de Dracula, qui consacrent l'image de héros national de Vlad l'Empaleur, pour célébrer les vertus patriotiques du dirigeant communiste à travers la commémoration des chefs d'État qui l'avaient précédé.

Le tourisme est ensuite présenté comment un moyen pour l'Etat de contrôler la définition des identités régionales ou ethniques. Antonio Guerreiro (2001) montre ainsi comment en Indonésie, sous l'Ordre Nouveau (1966-1998), le président Suharto a entrepris de créer dans chacune des provinces des « cultures régionales » homogènes et distinctes, de façon à relayer la culture nationale, en en montrant la diversité, et à évincer les cultures ethniques infrarégionales. L'étude de Johanne Pabion-Mouriès (2010) sur le Kirghizstan montre quant à elle que l'Etat encourage des projets touristiques qui mettent en avant l'ethnie dominante, en valorisant des marqueurs identitaires exclusivement kirghizes tels que la yourte ou les paysages de pâturage.

La négociation des identités infranationales avec l'Etat

Le tourisme apparait également comme un lieu où les acteurs touristiques négocient avec l'Etat les identités infranationales ou ethniques. Geneviève Clastres (1998) présente le cas de villageois de la Province du Guizhou, en Chine, qui utilisent le tourisme comme moyen pour promouvoir leur ethnie, dans un contexte où ils sont méprisés par les Hans, l'ethnie dominante. Pascale Milan (2012) observe la même situation chez les Mosuo. Elle décrit comment cette communauté, considérée comme archaïque par les Hans, résiste aux façons de mettre en scène son identité culturelle que cherchent à leur imposer les institutions touristiques qui portent la voix du gouvernement central. Elle présente les fêtes folkloriques comme des arènes infrapolitiques où l'identité ethnique devient un acte de résistance.

Ces recherches présentent la mise en tourisme des identités comme des stratégies politiques, menées par l'Etat et par ceux qui promeuvent des identités infranationales, et comme un processus de négociation entre ces acteurs. Elles en montrent les enjeux politiques.

La fabrication des identités nationales et infranationales

Ces recherches renvoient à des écrits théoriques qui analysent comment l'Etat contrôle la fabrication des identités nationales et infranationales. De nombreuses recherches ont été effectuées, par des historiens, des philosophes et des anthropologues, sur l'émergence de l'identité nationale, avec celle de l'Etat moderne (Anderson 1996 [1983], Arendt 1997 [1951], Gellner 1989 [1983], Hobsbawn 1992 [1990], Thiesse 1999, entre autres). Elles montrent que le processus de construction des Etats-Nations est un processus d'homogénéisation culturelle. Ainsi, pour Gellner, le nationalisme est la volonté d'établir une correspondance entre la culture et la société. La construction d'un Etat-Nation passe par la définition et la promotion, notamment à travers le système éducatif, d'une « haute culture » commune, dans laquelle les identités particularistes doivent se fondre. Selon lui, l'individu devient membre de la Nation en vertu de son adhésion à cette culture et non en vertu de son appartenance à des communautés. Il montre que l'Etat-Nation se base sur les principes suivants : à l'extérieur, affirmer une identité nationale, à l'intérieur, faire en sorte que les membres de la Nation adhèrent à celle-ci et nier les identités infranationales, faire en sorte qu'elles s'homogénéisent. Dans les travaux qu'il a réalisés sur le Maroc (2003 [1969]), il évoque également des formes de résistance passive au processus d'homogénéisation culturelle.

Les études évoquées précédemment font écho aux écrits de Gellner : le tourisme peut être compris comme un moyen utilisé par l'Etat pour contrôler les identités infranationales et comme un moyen pour certains groupes d'affirmer leur identité particulière.

Les identités, des stratégies politiques qui entrent en conflit

Plus largement, ces travaux renvoient aux approches qui considèrent l'identité comme un discours susceptible d'être instrumentalisé à des fins politiques et de déboucher sur des conflits. L'un des ouvrages les plus représentatifs de ce courant est celui de Jean-François Bayart (1996), *L'illusion identitaire*. Dans celui-ci, l'auteur s'efforce de déconstruire les discours qui prétendent que les identités sont naturelles, de démontrer que les identités sont le produit de circonstances historiques et d'en dévoiler les ressorts politiques. Il adopte un ton dénonciateur pour prévenir la « rétractation identitaire » (p. 11) et les conflits auxquels elle peut mener. Sa réflexion s'inscrit en effet dans le contexte des conflits de l'ex-Yougoslavie et de la région africaine des Grands Lacs, dépeints par les médias

comme des conflits identitaires. Il cherche à montrer que ces conflits sont politiques, les identités faisant l'objet d'une instrumentalisation politique.

Ce courant de recherche, engagé, rejoint la pensée de Barth (1969), déjà évoquée. Pour lui, les groupes ethniques se construisent dans l'interaction avec les autres, et leurs relations sont en permanence négociées, souvent dans le conflit. Celui-ci permet l'établissement, le maintien ou, au contraire, le déclin de tel groupe ethnique par rapport à tel autre. Les groupes luttent pour avoir le pouvoir d'inclure et d'exclure, de dire qui est dans le groupe et qui est en dehors du groupe. Le groupe dominant attribue aux autres des identités péjoratives pour se valoriser soi-même, tandis que les groupes stigmatisés cherchent à retourner le stigmate. D'autres auteurs prolongent les réflexions de Barth sur le conflit comme modalité fondamentale de la négociation des identités. Ainsi, Pierre Bourdieu (1980) présente les identités comme l'enjeu de luttes sociales et politiques. Il montre que tous les groupes n'ont pas le même « pouvoir d'identification » et de classement de la réalité sociale. Ceux qui ont le pouvoir, qui détiennent l'autorité légitime, ont les moyens d'imposer leurs propres définitions d'eux-mêmes et des autres, alors que ces autres subissent les identités auxquelles les acteurs dominants les ont assignés. L'auteur montre que les conflits identitaires reflètent les hiérachies sociales et politiques en même temps qu'ils s'expliquent par elles.

Ces recherches invitent à interpréter les négociations qui président à la mise en tourisme des identités dans le cadre d'une analyse des rapports de pouvoir.

La constitution de sous-cultures touristiques

Si les identités collectives revendiquées à travers les projets touristiques se négocient « par le haut », avec l'Etat, elles se négocient également « par le bas », avec les sociétés locales, et se définissent par rapport aux identités telles qu'elles sont vécues localement.

Les identités mises en tourisme, les identités de groupes d'acteurs touristiques

Quelques travaux soutiennent la thèse selon laquelle il existe des « sous-cultures touristiques », des identités collectives mises en tourisme que seuls les acteurs touristiques s'approprieraient. A partir de l'étude du tourisme en pays *touareg*, au Niger, Emmanuel Grégoire et Marko Scholze (2012) identifient une « sous-culture touristique », en lien avec l'émergence d'un nouveau groupe social investi dans le tourisme, constitué des guides et de ceux qui travaillent dans les agences touristiques locales comme chauffeurs, cuisiniers ou chameliers. Ce groupe

constitue une « nouvelle bourgeoisie », qui se distingue des nobles et de leurs vassaux, a un meilleur statut social et politique et partage une identité. Celle-ci se définit par l'appropriation sélective des imaginaires touristiques occidentaux (le mythe du désert de dunes parcouru par des *Touaregs* enturbannés juchés sur leurs chameaux) et par la combinaison d'attributs identitaires traditionnels, endogènes, et d'attributs exogènes. Les auteurs distinguent, au sein du groupe, des degrés différents d'appropriation et de réinterprétation des imaginaires touristiques occidentaux, en fonction de la fréquence et de l'intensité des contacts que les acteurs touristiques ont avec les touristes. Ils constatent que, plus les guides se sont éloignés de leur cadre de vie habituel, plus ils ont une vision conservatrice de leur identité. Ils observent également que la fabrication de cette sous-culture ne se fait pas sans conflits entre acteurs touristiques et entre ces acteurs et certains membres de la population (par exemple entre les guides et les forgerons, qui dépendent des guides pour vendre aux touristes les bijoux et les objets qu'ils fabriquent). Ces tensions n'ont pas uniquement des causes économiques. Elles se comprennent aussi dans le cadre des relations sociales entre les nobles et les non nobles et entre les groupes *touaregs*, différemment impliqués dans l'activité touristique.

L'étude d'Ouassa Tiekoura (2012) permet de mieux cerner les contours de la « sous-culture touristique » touarègue et de l'émergence d'une « sous-culture touristique féminine », bien qu'elle n'utilise pas ces termes. Elle montre que les femmes, grâce au rôle qu'elles tenaient[20] dans la fabrication de l'artisanat vendu aux touristes, ont pris conscience d'elles-mêmes en tant que groupe et de la position dominante des hommes dans l'activité touristique. Cette prise de conscience a donné lieu à des réactions inverses. Certaines artisanes se sont accommodées de la situation, considérant que le fait de réaliser les objets artisanaux à la maison leur permettait d'assumer leur rôle traditionnel de femme s'occupant du foyer et des enfants, qu'elles souhaitaient continuer à assurer. D'autres ont mis en place des actions destinées à contester la position dominante des hommes dans l'activité touristique. Les identités de genre que certaines veulent mettre en avant font l'objet de négociations continues avec les femmes qui n'entendent pas remettre en question la domination des hommes sur l'activité touristique, et avec l'ensemble de la société locale, qui, majoritairement, n'entend pas remettre en question le statut des femmes. Ce type de recherche ouvre des

[20] Je parle au passé car, depuis les rébellions touarègues des années 1990, puis celle de 2007-2009, le tourisme dans l'Aïr a connu un ralentissement considérable.

pistes de réflexion sur la constitution de sous cultures-touristiques tributaires du genre et sur les enjeux sociopolitiques de leur émergence.

La notion de sous-culture

Grégoire et Scholze utilisent la notion de « sous-culture », sans pour autant préciser le sens qu'ils lui donnent. Pour les sociologues américains qui ont inventé et diffusé le terme de « subculture » (Gelder et Thornton 1997, Hebdige 1982), celui-ci désigne un ensemble culturel propre à un groupe social, qui se différencie de la culture plus large dans laquelle le groupe s'inscrit, mais qui ne trouve sa raison d'être que parce qu'il participe d'un ensemble plus vaste. Ce groupe peut se différencier par sa profession, son groupe social, son groupe ethnique ou par son genre. Il peut être inclus dans une culture qui peut être par exemple ethnique.

La notion de « sous culture » est néanmoins sujette à controverse. D'abord, elle peut sembler avoir une connotation péjorative (même si les sociologues américains ne lui attribuent pas cette connotation). Ensuite, elle ne prend sens que dans une culture plus large qui l'englobe et lui préexiste. Selon Cuche (2010, p. 55), les tenants de l'approche interactionniste récusent l'idée qu'il puisse y avoir une culture globale qui préexisterait aux sous-cultures et les conditionnerait. Pour eux, ce qui est premier, c'est la culture qui lie des individus en interaction directe. La culture globale résulte de la mise en relation des groupes et de leurs cultures propres, plus qu'elle ne les conditionne. La notion de « sous-culture » semble donc opportune uniquement si on considère les relations entre « culture » et « sous-culture » comme des relations dynamiques, parfois conflictuelles, et non hiérarchiques, reflétant les relations entre les groupes sociaux. En effet, les parties prenantes d'une « sous -culture » peuvent être en position de force par rapport aux autres acteurs sociaux. De plus, les relations entre « culture » et « sous-culture » doivent être comprises comme non hiérarchiques car les parties prenantes d'une « sous-culture » peuvent jouer de leur inclusion dans un ensemble culturel plus vaste ou l'ignorer : l'étude de Tiekoura montre que, pour les femmes artisanes qu'elle a interrogées, la dimension ethnique de leur identité compte peu.

Les trois corpus dont il a été question invitent à analyser la mise en tourisme des identités comme un processus de négociation permanente entre les acteurs touristiques et les autres acteurs en présence, qu'il s'agisse des tours opérateurs, de l'Etat ou des membres de la société locale. Ils invitent à comprendre la négociation des identités comme s'inscrivant dans les rapports de pouvoir qui structurent la société d'accueil.

2. Tourisme et identités au prisme des études postcoloniales

Il s’agit maintenant de montrer en quoi ces recherches font écho au champ des études postcoloniales et en quoi elles gagneraient à s'y inscrire explicitement.

Déconstruire les rapports de force sous-tendus par les discours identitaires

Le champ des études postcoloniales[21] se donne pour objectif de comprendre, de déconstruire et de dénoncer les systèmes d’oppression passés et présents, en partie hérités de la période coloniale. Le terme « postcolonial » a d'abord été utilisé par les chercheurs dans un sens temporel (postérieur à la colonisation), pour caractériser la situation des pays issus de la décolonisation, puis aussi celle des pays anciennement colonisateurs[22]. Actuellement, le terme est plutôt employé dans un sens causal, pour désigner ce qui procède de rapports de domination de type coloniaux, sans distinction de temporalité.

Ce champ d'études s'inspire de l'une des idées qui a motivé le tournant culturel des sciences sociales, selon laquelle la culture constitue non un simple facteur explicatif des phénomènes sociaux mais un lieu majeur de production et d'expression de rapports de force (Collignon 2001, Hall 2007). Les études postcoloniales se donnent pour objectif d’analyser le rôle de la culture dans les processus de domination. Elles invitent à considérer les identités comme des discours sous-tendus par des rapports de force qu'il s'agit de déconstruire. C'est en cela que les recherches qui considèrent les identités mises en tourisme comme des lieux de négociation se rapprochent des études postcoloniales. Celles-ci postulent en plus que ces rapports de force ont une dimension coloniale. Cette idée semble constituer une clé de

---

[21] Pour une histoire critique de ce champ d’études, je me réfère principalement aux écrits de Béatrice Collignon (2007), Claire Hancock (2001), Irène Hirt (2008) et Marie-Claire Smouts (2007). Le champ des études postcoloniales est né aux Etats-Unis dans les années 1970, dans des études élaborées en littérature et en anthropologie notamment par des intellectuels issus du sous-continent indien et marqués par l’héritage de l’Empire colonial britannique. En France, le postcolonial a suscité des réticences, les ouvrages concernant ce courant étant le plus souvent critiques à son égard (Amselle 2008, Bayart 2010). Il n’a suscité d’intérêt que tardivement, dans les années 2000 en histoire (Stora 2012), au milieu des années 2000 en géographie, essentiellement en géographie culturelle (Collignon 2007, Hancock 2001). Auparavant, les géographes français faisaient déjà de la géographie postcoloniale, mais sans en revendiquer l’étiquette et sans avoir théorisé leur positionnement. Pour Smouts (2007), les réticences des chercheurs français sont liées à la rigidité des cloisonnements disciplinaires (qui interdisent la création de départements spécialisés dans les « postcolonial studies »), au primordialisme républicain et à la persistance du traumatisme colonial.

[22] Comme le montre par exemple l’étude de Pascal Blanchard, Nicolas Bancel et Sandrine Lemaire (2005), intitulée *La fracture coloniale. La société française au prisme de l’héritage colonial*.

lecture du processus de mise en tourisme des identités dans des contextes coloniaux et postcoloniaux, dans la mesure où les identités mobilisées par les acteurs touristiques y sont plus ou moins marquées par l'empreinte de la période coloniale.

Déconstruire les identités sociales et les imaginaires touristiques hérités de la colonisation

Les catégories sociales, des inventions coloniales

Les études postcoloniales s'attachent à déconstruire les identités sociales inventées et imposées à la période coloniale. Ainsi, Terence Ranger (1983) montre que les « traditions » africaines dites « ancestrales » sont des inventions coloniales. Il analyse comment les colonisateurs ont importé dans les colonies africaines des traditions politiques et idéologiques européennes (la monarchie impériale dans l'empire britannique, la tradition républicaine dans l'empire français) et comment ils se sont attachés à sélectionner des éléments des cultures locales favorables à la présence coloniale, à les proclamer « traditions africaines », tout en les rigidifiant et en les simplifiant. Il se penche notamment sur la « tribu ». Selon lui, elle a été codifiée par les colonisateurs parce qu'elle paraissait garante de stabilité. Les colonisés ont été contraints de se plier à cette définition d'eux-mêmes - même si leurs identités précoloniales étaient multiples et ne se résumaient pas à la tribu. Le pouvoir colonial a donc manipulé la catégorie sociale de la « tribu » et l'a imposé. Ce type d'analyse vise à montrer que la culture a fait l'objet d'une instrumentalisation de la part des colonisateurs, à des fins politiques, pour contrôler les colonisés.

D'autres recherches analysent et dénoncent la perpétuation de représentations coloniales à travers l'usage actuel de catégories sociales forgées à la période coloniale. Dans *L'orientalisme. L'Orient créé par l'Occident*, Edward Saïd (2005 [1978]) démontre que l'utilisation contemporaine du terme d'« Orient » perpétue des représentations du monde imprégnées d'une vision coloniale et reflète la domination de l'Occident sur l'Orient tout en la renforçant. Il s'efforce de déconstruire ces représentations et ce qu'elles doivent à la colonisation pour dénoncer les logiques de pouvoir sur lesquelles elles reposent.

La dimension coloniale des imaginaires touristiques

Dans la lignée des recherches qui déconstruisent les catégories sociales héritées de la période coloniale, de nombreuses études ont été réalisées, notamment en histoire, sur la façon dont les colonisateurs ont instrumentalisé le tourisme et ont

façonné des imaginaires touristiques susceptibles de présenter les sociétés locales comme inférieures, pour promouvoir les bienfaits de la colonisation (voir par exemple Zytnicki et Kazdaghi 2009, sur le tourisme dans l'Empire français). Dans la même veine, des anthropologues (Hall 2005) ont présenté le tourisme comme un « *soft power* », un instrument utilisé par les anciens colonisateurs pour perpétuer les représentations des anciens colonisés qu'ils avaient façonnées, de façon à continuer à exercer une domination culturelle sur ceux-ci. Dans le champ de la géographie culturelle francophone, Jean-François Staszak (2012) s'est efforcé de montrer que les imaginaires touristiques contemporains restent imprégnés de représentations coloniales de l'Autre et de l'Ailleurs, que ce soit dans les formes de tourisme où il y a domination du touriste occidental sur les Autres, comme dans le tourisme sexuel, ou dans les formes de tourisme plus classiques. Il dévoile les fondements coloniaux de la quête d'« exotisme » des touristes. Il propose de comprendre l'« exotisation » comme un processus de construction de l'altérité propre à l'Occident colonial, qui réduit l'Autre au rang d'objet de spectacle et de marchandise (Staszak 2008). D'autres auteurs (Gauthier 2013) se sont penchés sur la manière dont des photographes de la seconde moitié du XIXe siècle, à l'époque de la colonisation et du développement du tourisme, ont participé à la diffusion d'imaginaires de l'Autre et de l'Ailleurs empreints d'un regard colonial, et sur la pérennité de ces imaginaires.

Apports et limites de la déconstruction des imaginaires touristiques

Du point de vue de la réflexion sur le couple tourisme-identités, ces études permettent de lire les imaginaires touristiques véhiculés par certains acteurs touristiques comme plus ou moins hérités de la période coloniale. Elles adoptent une posture critique, dénonçant la persistance d'imaginaires qui conduisent à dévaloriser les sociétés d'accueil et à considérer leurs identités de manière condescendante. Elles s'inscrivent dans la lignée de recherches qui montrent que les rapports touristiques sont des rapports néocoloniaux, parce qu'ils mettent en présence des acteurs occidentaux dominant les sociétés d'accueil, par leurs moyens financiers et par les identités qu'ils imposent à ces sociétés de jouer[23].

Cette posture déconstructiviste et dénonciatrice, nécessaire, me semble néanmoins présenter certains risques. Elle peut conduire à opposer les représentations des touristes occidentaux sur les populations « autochtones » aux

[23] Voir par exemple Jaackson (2005) sur les relations néocoloniales entre touristes et sociétés d'accueil et Akama (2005) sur la domination des TO étrangers sur le tourisme de safari au Kenya.

représentations que celles-ci se font d'elles-mêmes, et à présenter les sociétés locales comme subissant les représentations des touristes occidentaux et les rôles qu'on entend les faire jouer. En ce sens, elle rappelle les recherches réalisées dans les années 1980 sur le tourisme comme nouvel impérialisme et rejoint le paradigme des impacts. Elle risque, plus généralement, de réifier les catégorisations et les hiérarchisations coloniales qu'elle s'efforce pourtant de dénoncer : le fait de porter son attention sur les identités héritées de la période coloniale conduirait à les remettre au premier plan (Hancock 2001). Ainsi, selon Bayart (2010, p. 66), « nous devons nous interroger sur la continuité du colonial et du postcolonial que véhiculent les *postcolonial studies* elles-mêmes et nous demander dans quelle mesure elles ne participent pas à la reproduction de l'hégémonie coloniale, en particulier à celle des catégories identitaires nées de celle-ci ». Surtout, ces recherches risquent de focaliser l'attention sur les identités héritées de la colonisation (même si c'est pour les déconstruire), au détriment des identités revendiquées par les populations concernées.

Les recherches précédemment citées évitent pourtant ces risques. Premièrement, elles interpellent les lecteurs sur leurs propres imaginaires, pour leur faire prendre conscience de la dimension souvent néocoloniale de ceux-ci, et les faire évoluer. Deuxièmement, elles reconnaissent aux sociétés locales la capacité de réutiliser les imaginaires touristiques hérités de la période coloniale, dans des stratégies propres. Ainsi, Staszak (2012) considère que les travailleuses et les travailleurs du sexe, dans les pays d'accueil, ne sont pas les objets passifs de l'imaginaire néocolonial des touristes sexuels, mais qu'ils jouent sur cet imaginaire, les reprennent à leur compte. Il convient d'approfondir l'analyse des stratégies mises en œuvre par les sociétés d'accueil pour contrer l'imposition d'images d'elles-mêmes héritées de la colonisation ou, au moins, pour négocier ces images avec les acteurs qui les imposent.

Considérer et revaloriser les identités collectives revendiquées : les « *subaltern studies* »

Conscients des risques potentiels de la démarche consistant à déconstruire les identités sociales héritées de la colonisation, certains courants des études postcoloniales se sont donnés pour objectif de focaliser leur attention sur les identités collectives revendiquées et sur la façon dont les sociétés locales reprennent à leur compte les catégories sociales ou les imaginaires touristiques hérités de la période coloniale, en les réinventant. Il s'agit, comme le propose

Hancock (2001, p. 95), de « rendre la parole à des populations locales sur leurs représentations spatiales et leurs identités, sachant que le colonisateur y a inévitablement laissé des traces indélébiles ». Ce projet reflète celui des études postcoloniales dans leur ensemble. Pour Smouts (2007, p. 33), « le postcolonial est une approche, une manière de penser les problèmes, une démarche critique qui s'intéresse aux conditions de la production culturelle des savoirs sur Soi et sur l'Autre, et à la capacité d'initiative et d'action des opprimés dans un contexte de domination hégémonique ».

L'ethnie : invention coloniale et réinventions postcoloniales

Certains auteurs qui s'attachent à déconstruire les catégories sociales inventées à l'époque coloniale, telle l'« ethnie », soulignent également la capacité des sociétés locales à les réutiliser. Tel est l'objectif que s'assignent Amselle et M'Bokolo (2005 [1985], p. 2) : « il s'agissait pour nous de mettre au premier plan le constructivisme aux dépens du primordialisme. En montrant qu'on ne pouvait assigner un seul sens à un ethnonyme donné, nous mettions l'accent sur la relativité des appartenances ethniques sans pour autant dénier aux individus le droit de revendiquer l'identité de leur choix ». Ils montrent comment l'ethnie est utilisée par certains mouvements identitaires pour revendiquer plus d'autonomie et également par certains Etats africains, qui mettent en avant la diversité ethnique pour mieux masquer leur refus du pluralisme politique.

Entendre et faire entendre les identités revendiquées par les subalternes

Les « *subaltern studies* » se sont plus systématiquement efforcées de rendre leur place aux cultures dominées et de revaloriser les discours identitaires minorés. Elles invitent à ne pas seulement déconstruire les discours des dominants, pour dénoncer leur prétention universaliste et les rapports de pouvoir qu'ils instaurent, mais aussi à prendre en considération et à reconsidérer le discours de ceux qui n'ont pas voix au chapitre. Ce courant des études postcoloniales émerge au cours des années 1980 autour d'historiens indiens, inspirés par la pensée marxiste et par celle d'Antonio Gramsci. Le projet initial, tel qu'il est formulé par Ramachandra Guha (1998), est de déconstruire l'histoire officielle de l'Empire britannique des Indes orientales et d'écrire une autre histoire, relayant le point de vue des subalternes et valorisant les mouvements de résistances populaires et paysannes. Pour Gayatri Spivak (2009 [1988]), il s'agit d'entendre et de faire entendre la voix des subalternes, de faire exister les dominés non seulement comme objet mais aussi comme sujet du discours. Elle entend valoriser les identités politiques revendiquées par les groupes minorés, dans une approche compréhensive. Ces

auteurs entendent ainsi valoriser la capacité d'initiative et d'action des opprimés et considérer les populations minorées comme des acteurs faiseurs d'identités (Guha 1998), se réappropriant ou rejetant les identités que le colonisateur leur a imposées (Bhabha 1994).

Le projet des *subaltern studies* répond aux critiques adressées aux recherches qui déconstruisent les identités, perçues comme pouvant potentiellement dévaloriser les identités revendiquées, les délégitimer au prétexte qu'elles ne sont que des inventions[24]. Avanza et Laferté (2005, p. 137) voient dans ces approches le risque « de considérer que, puisque tout est « socialement construit », rien n'est essentiel, inévitable, tout est déconstruction, révisable », et redoutent qu'elles ne soient les instruments de la « négation de la réalité des objets sociaux indésirables ». Ces auteurs demandent que les identités revendiquées par les groupes minorés ne soient plus présentées comme de simples constructions intellectuelles mais qu'elles soient prises en compte comme faisant partie intégrante d'une réalité sociale empirique que l'on ne peut ignorer et qu'elles soient reconsidérées. Jodi A. Byrd et Michael Rothberg (2011) prônent le recours aux « *subaltern studies* » pour démystifier sans délégitimer les revendications identitaires. Selon eux, la notion d'« essentialisme stratégique », forgée par Spivak (1988), permet de comprendre que les discours identitaires correspondent à des stratégies complexes établies dans des contextes singuliers, tout en reconnaissant l'existence et la légitimité de ces discours.

Apports des études subalternes à la réflexion sur le couple tourisme - identités

Du point de vue de la réflexion sur le couple tourisme-identités, les études subalternes présentent différents intérêts.

Premièrement, elles permettent d'étudier dans quelle mesure les identités mobilisées par les acteurs touristiques sont marquées de l'empreinte de la période coloniale. Elles invitent à dénoncer la mobilisation par certains acteurs touristiques d'imaginaires hérités de la période coloniale, conduisant à la persistance chez les touristes de représentations coloniales des sociétés d'accueil. Elles donnent des jalons pour analyser comment ces acteurs se positionnent par rapport aux imaginaires hérités de la colonisation, comment ils se réapproprient, modifient,

[24] Ce type de critiques a été adressé aux approches constructivistes des identités par des chercheurs qui étudient les revendications identitaires autochtones (voir Bosa et Wittersheim 2009, Dorais 2009, Friedman 2009, Gagné 2009 et Morin 2011). Pour une lecture plus précise de ces auteurs, je renvoie à mon article paru dans *Espaces, populations, sociétés* en 2012.

réinventent ou rejettent ceux-ci. Ainsi, elles permettent d'analyser les identités telles qu'elles sont revendiquées et valorisées par les acteurs touristiques.

Deuxièmement, elles invitent à comprendre les identités défendues par les acteurs touristiques comme négociées dans le cadre de rapports de pouvoir de nature néocoloniale, avec des acteurs qui ne prennent pas la même distance vis-à-vis des imaginaires hérités de la colonisation (comme les TO, qui dominent le marché touristique et véhiculent souvent des imaginaires hérités de la colonisation). Sur ce point, l'apport de l'approche subalterne réside dans le fait qu'elle permet de ne pas dénier aux acteurs touristiques une capacité d'action et de réaction face aux acteurs dominants.

Troisièmement, elles invitent à comprendre les identités mises en tourisme dans le cadre des rapports de pouvoir qui structurent les sociétés d'accueil. En effet, les identités retravaillées par les subalternes ne font souvent sens que pour une élite. Certains auteurs ont reproché à la catégorie des « subalternes » d'être une catégorie trop globalisante, ne permettant pas de saisir la complexité des mobilisations identitaires (Assayag 2007). D'autres (Byrd et Rothberg 2011) ont montré que les subalternes forment une catégorie qui n'est ni unanime ni unie, car les élites jouent un rôle majeur dans la représentation des subalternes. Selon eux, l'idée d'un groupe uni par le fait qu'il n'a pas la parole empêcherait les chercheurs de focaliser leur attention sur le rôle central des élites dans les mouvements de résistance réellement existants. D'autres (Pouchepadass 2000), enfin, pensent qu'assimiler les subalternes à une entité sociale empirique risque de réifier l'opposition, fausse, entre les élites et les subalternes. Dès 1988, Spivak était consciente des limites de la notion de subalterne et soulignait la nécessité d'introduire des nuances sociales dans la catégorie, qu'elle considérait comme hétérogène. L'auteure invite donc à analyser les profils des acteurs touristiques, leur position au sein des sociétés locales, pour voir s'ils constituent une élite, s'ils imposent à ces sociétés les identités qu'ils mettent en tourisme ou s'ils négocient ces identités avec elles (et, dans ce cas, avec qui). Ainsi, les études subalternes donnent des clés pour analyser les identités mises en tourisme comme des négociations entre les acteurs touristiques et certains membres des sociétés locales et pour étudier la constitution de sous-cultures touristiques.

L'apport des études subalternes à la réflexion sur le couple tourisme-identités est limité sur plusieurs points. Je vais en évoquer deux.

Le risque de rester prisonnières des situations nationales

Premièrement, il a pu être reproché aux études subalternes de rester prisonnières des situations nationales (Bayart 2010). Jacques Pouchepadass (2007) pense qu'elles sont dépassées par l'avènement d'identités transnationales, la mobilisation de référents identitaires transnationaux et de réseaux d'acteurs permettant de défendre ces identités. Il propose, pour renouveler les « *postcolonial studies* », de passer du « post », d'une approche verticale de la construction des identités, au « trans », à une approche horizontale, mettant l'accent non sur l'histoire mais sur l'espace et les interactions. Il garde malgré tout une attitude prudente, en soulignant que le cadre national reste important pour penser les identités, car de nombreux groupes utilisent des ressources identitaires mondialisées pour revendiquer davantage de reconnaissance dans le cadre des Etats-Nations.

Cette critique me semble excessive. Il est vrai que les premières études « subalternes » ont focalisé leur attention sur le cadre national de l'Inde. Mais nombre d'auteurs qui se positionnent dans le champ des études postcoloniales affirment leur volonté de faire voler en éclat les cadres analytiques européens, dont celui de l'Etat-Nation, et de prendre en compte toutes les échelles de référence identitaire. De plus, certaines grandes figures du mouvement postcolonial, tel Arjun Appadurai, ont été parmi les premières à montrer que la mondialisation met à la disposition des groupes sociaux des moyens d'action - tels que des réseaux militants transnationaux et des référents identitaires globalisés -, qui constituent des ressources sans précédent au service de leurs stratégies. Il a également montré que la mondialisation permet une réaffirmation d'identités locales, qui étaient étouffées dans le cadre de l'Etat-Nation, lorsqu'il était encore le référent identitaire majeur. Il me semble que les études postcoloniales, dans leur version la plus récente, ne proposent pas autre chose que de considérer les discours identitaires aux diverses échelles auxquelles ils font référence : transnationale et locale, autant que nationale.

Ce débat permet d'interroger la dimension territoriale des identités mises en tourisme et négociées par les acteurs touristiques, qui mobilisent des référents identitaires renvoyant à des échelles variées. Il convient donc, pour prendre en compte ces différents référents, de compléter les approches postcoloniales et subalternes par des approches post-nationales des identités.

Le risque de se focaliser sur les discours, au détriment des pratiques

Deuxièmement, il a pu être reproché aux études postcoloniales de prendre peu en compte les pratiques, par rapport aux discours et aux représentations (Bayart 2010). Certains auteurs, tels que Pouchepadass (2007), prônent une approche focalisée moins sur les discours identitaires et les représentations qu'ils mobilisent que sur la façon dont les identités sont mises en œuvre dans la pratique. Cela implique de considérer les pratiques comme ayant des effets sur la société autant que les discours, et de considérer la matérialité autant que la dimension imaginaire des identités. Les approches des identités en termes de performance peuvent alors être mobilisées.

Réinterroger le couple tourisme-identités via les études postcoloniales

Dans cette troisième sous-partie, je me suis efforcée de montrer l'apport que peuvent représenter les approches postcoloniales et subalternes pour aborder la négociation des identités mises en tourisme dans un contexte postcolonial. L'une des ambitions théoriques de ma thèse est en effet de montrer l'intérêt de ces approches pour réinterroger le couple tourisme-identités, en les mettant à l'épreuve du terrain. J'ai montré certaines limites de ces approches. Elles invitent à les compléter en mobilisant des approches des identités post-nationales et en termes de performance. L'objet de la sous partie suivante est de montrer ce qu'elles peuvent apporter à la réflexion sur le couple tourisme-identités.

IV. La mise en tourisme des identités comme dynamique de branchement et d'ancrage

Quelques auteurs ont montré que les acteurs touristiques mobilisent des référents identitaires à la fois mondialisés et localisés, qu'ils s'appuient sur des réseaux d'acteurs à la fois internationaux, nationaux et locaux. Ces référents et ces réseaux ne sont pas les mêmes, si bien que la dimension territoriale des identités mises en tourisme fait l'objet de négociations entre les acteurs touristiques. Il s'agit de prêter attention aux travaux portant sur ce processus de branchement et d'ancrage et sur les approches théoriques, essentiellement post-nationales, auxquelles ils renvoient.

1. La mise en tourisme des identités et le territoire

La mise en tourisme des identités entre réseaux et territoires

La « territorialité », soit la dimension territoriale des identités, a alimenté des débats en sciences sociales. Néanmoins, il est rare que les recherches sur le tourisme et les identités abordent explicitement cet aspect. Chez les auteurs qui analysent comment le tourisme est instrumentalisé dans des stratégies visant à définir les contours des identités nationales et infranationales, la dimension territoriale n'est présente qu'implicitement. Pourtant, ils montrent que ces identités sont définies par les acteurs en référence à des territoires nationaux et infranationaux, et que la négociation porte en particulier sur les référents identitaires territoriaux.

Dans les travaux portant sur le tourisme et la mondialisation, les réseaux plus que les territoires sont mis en exergue. L'idée majeure de ces travaux est que le tourisme constitue pour les sociétés locales un moyen de mobiliser des réseaux d'acteurs transnationaux et de mettre ceux-ci à profit dans le cadre de stratégies propres. Grégoire (2006) montre ainsi que les réseaux transnationaux issus de la rencontre touristique peuvent être utilisés par les guides dans le cadre de stratégies politiques locales. Il présente le cas de Mano Dayak, l'un des porte-parole de la communauté touarègue au moment des rébellions des années 1990, qui a su mobiliser ces réseaux pour soutenir la contestation - et en particulier le groupe des Iforas dont il était issu. Sébastien Boulay (2006) montre quant à lui comment, dans le désert mauritanien, des guides jouent sur les réseaux transnationaux de voyagistes et de développement solidaire pour servir leurs stratégies économiques et sociales : ils les aident à financer des projets de développement personnels ou communautaires. Ils sont également source de distinction sociale : lorsque le guide est accueilli chez les touristes qu'il a guidés, il revient auréolé de prestige. L'auteur montre enfin que ces réseaux constituent des ressources identitaires, permettant aux guides de se revendiquer « autochtones sahariens ».

D'autres recherches, réalisées par des géographes, défendent la thèse de la territorialisation des identités à travers le tourisme. Selon eux, les acteurs touristiques travaillent à ancrer localement des ressources qui circulent à différentes échelles (des réseaux d'acteurs, des flux, mais aussi des imaginaires touristiques et des référents identitaires), pour territorialiser leurs identités.

Bernard Debarbieux, Cristina Del Biaggio et Mathieu Petite (2008) analysent ainsi les stratégies déployées par les acteurs touristiques dans les Alpes pour territorialiser les flux engendrés par la mobilité touristique. Dans son article de 2012, Debarbieux développe la proposition. Pour lui, les imaginaires touristiques sont basés sur l'idée d'un fort ancrage des sociétés à leurs espaces de vie. En effet, ils véhiculent des conceptions venant des sciences sociales qui, d'une part, ont « façonné l'image de communautés locales et traditionnelles profondément ancrées dans leur milieu » et qui, d'autre part, ont eu tendance à faire correspondre ces communautés à des « catégories de la connaissance de la nature », telles que la montagne. Selon l'auteur, en utilisant ces imaginaires touristiques pour « façonner leur propre autodéfinition et leur propre territorialité », ces groupes ont tendance à s'associer à un espace ou à une catégorie d'espace et donc à territorialiser leurs identités.

Ces recherches renvoient au débat portant sur la dimension territoriale des identités : pour certains auteurs, les identités seraient essentiellement territorialisées. D'autres voient dans le contexte de mondialisation un facteur de déterritorialisation des identités. Il convient de présenter ces deux positionnements avant de donner quelques pistes pour les dépasser.

Des identités territorialisées

L'anthropologie – et, avec elle, l'ensemble des sciences sociales – s'est développée autour de l'idée selon laquelle une communauté s'identifie naturellement à un territoire (Amselle 2010). Dans le champ de la géographie culturelle francophone, la correspondance entre identité et territoire n'a pas été établie de manière aussi systématique. Néanmoins, à partir des années 1980, la relation entre identité et territoire a fait l'objet de réflexions approfondies, notamment de la part de Joël Bonnemaison. Pour lui, l'identification d'un groupe passe nécessairement par l'identification de ses membres à un territoire. En 1981, il écrit qu'« il ne peut exister de groupes cohérents, ni d'ethnie, ni peut-être même de culture sans territoire-porteur » (p. 257). Le territoire ne reflète pas seulement l'identité du groupe, il l'incarne, et, ainsi, la conforte. En ce sens, il constitue un « géosymbole » (1981, p. 256). Comme Bonnemaison, Guy Di Méo (2007) considère que l'identité, individuelle et collective, est nécessairement territorialisée. La raison en est que l'identification passe d'abord et avant tout par le corps, et que celui-ci, puisqu'il évolue dans la matérialité, entretient un rapport étroit à l'espace. Les identités seraient donc par essence ancrées dans des territoires.

Des identités déterritorialisées

La nécessaire dimension territoriale des identités remise en cause

L'idée d'une correspondance entre une culture, un territoire et une identité a fait l'objet de nombreuses critiques de la part des anthropologues. Pour Marc Abelès et Marie Cullerai (2002), cette équivalence relève du mythe : ils la qualifient de « triangle magique ». Pierre Bromberger, Pierre Centlivres et Gérard Collomb (1989) vont dans le même sens. Pour eux, le fait d'associer systématiquement identité et territoire relève d'un jugement de valeur inapproprié : les chercheurs n'accorderaient de légitimité qu'aux identités ancrées dans un territoire. En géographie aussi, l'équivalence entre identité et territoire est questionnée. France Guérin-Pace et Yves Guermond (2006, p. 289) demandent ainsi « pourquoi les identités collectives ou sociales coïncideraient […] nécessairement avec des entités géographiques ». Elle est notamment remise en cause par des auteurs qui travaillent sur des sociétés qui s'identifient non à des territoires mais à des espaces mobiles, telles que les sociétés nomades du Sahel (Rétaillé 2005), et par des auteurs qui analysent des cas où le lien entre collectif et territoire est absent. Christine Chivallon (1995) montre ainsi que l'identité des Antillais installés dans les villes britanniques n'est pas territorialisée : l'attachement des Antillais à leurs lieux d'installation est faible (car souvent ce sont des lieux que la société d'accueil leur a imposés), de même que l'attachement à leur pays d'origine (la désignation de ce pays n'a pas valeur de mythe). Selon elle, on a plutôt affaire à une « identité réticulaire » (1997, p. 781), qui ne donne la prééminence à aucun « segment communautaire » mais les connecte entre eux (1997, p. 785)[25].

L'idée d'une correspondance entre territoire et identité a surtout été remise en cause par des auteurs qui voient dans la mondialisation actuelle un facteur majeur de déterritorialisation des identités collectives : elles seraient produites de moins en moins en lien avec des territoires et de plus en plus en lien avec des réseaux d'affinités. Pour Appadurai (1996), les identités sont déterritorialisées dans le sens où elles ne se réfèrent plus nécessairement au territoire de l'Etat-Nation et où elles relient des individus par-delà les frontières des Etats. Ceux-ci, selon lui, sont dépassés par les nouvelles communautés supranationales et infranationales, dont

---

[25] Chivallon a aussi analysé des cas où les sociétés, pour façonner leur identité, se réfèrent au territoire. C'est le cas pour les paysans des mornes de la Martinique (2004) : ils ont bâti leur identité collective en activant la logique de la singularité territoriale, pour échapper à l'univers clos des plantations. Dans son article de 1997, elle montre que les identités antillaises se constituent en même temps sur le mode du territoire et du réseau. Elle invite ainsi les chercheurs à se méfier de la tendance à la catégorisation.

la constitution est encouragée par la diffusion croissante de l'information, l'augmentation des moyens de communication, l'accélération de la circulation des personnes et l'avènement des réseaux. Les groupes tels que les diasporas s'identifient par-delà leur appartenance à des Etats-Nations et par-delà l'imaginaire de l'Etat moderne. Pour lui, les individus et les groupes construisent des identités dont les rapports aux territoires sont divers et variés. Ils ne font plus systématiquement référence à l'Etat-Nation. Certains produisent des identités sans se référer à un quelconque territoire. D'autres construisent des identités fortement liées à des lieux. Il montre ainsi comment un lieu-événement (tel un match de cricket opposant l'Inde au Pakistan) peut participer au renforcement des identités, ici nationales. Les identités fabriquées dans le cadre de la mondialisation sont, pour Appadurai, fondamentalement « hybrides ».

Des identités territorialisées différemment

La thèse d'Appadurai sur la déterritorialisation des identités a fait l'objet de nombreuses critiques, notamment de la part de Jackie Assayag (1998) et de Jonathan Friedmann (2000). Ils lui reprochent de généraliser son histoire personnelle (liée à la diaspora intellectuelle indienne aux Etats-Unis), alors que l'expérience de l'espace de la majorité des personnes sur la planète n'est pas cosmopolite. Ils critiquent sa fascination pour le transnationalisme et le fait qu'il accorde une valeur négative au territoire national, alors que le mouvement n'est pas toujours synonyme de liberté et le national pas toujours réactionnaire. Ces auteurs entendent, plus que ne l'a fait Appadurai, souligner le fait que l'apparition du transnational comme cadre de l'identification ne signifie pas la suppression des territoires comme référents identitaires. Ils montrent que les flux culturels mondiaux ne sont pas devenus l'unique source de production identitaire : l'Etat-Nation continue de constituer un cadre central de l'identification. Les régions constituent des référents de plus en plus mobilisés. Les lieux participent à la production des identités, même à celles des diasporas (ancrées notamment dans des quartiers). Pour eux, la mondialisation n'entraine pas la remise en cause fondamentale de l'Etat-Nation comme référent identitaire mais son repositionnement. D'une manière générale, il y a redéfinition des territoires comme référents identitaires, dans un système plus vaste que celui des Etats-Nations.

La posture adoptée par Ulrich Beck (2006) est assez proche de celle d'Assayag et de Friedmann. Il pointe l'émergence d'« identités cosmopolitiques », dans le sens où elles sont définies non plus dans le seul cadre des Etats-Nations, selon une logique

nationale exclusive, mais selon une logique inclusive, autorisant les individus à choisir plusieurs identités, qui renvoient à des échelles différentes, aussi bien transnationale que locale, et encore souvent nationale. Il invite à considérer la mondialisation comme un nouveau cadre pour la production des identités, entrainant leur territorialisation à des échelles variées. Il propose au chercheur d'adopter une nouvelle posture, un « cosmopolitisme méthodologique », à la place du seul « nationalisme méthodologique », qui, selon lui, conduit les chercheurs à assigner les individus à une identité unique, nationale. Il les invite plutôt à prendre en compte la cosmopolitisation du monde et des identités, à comprendre ces dernières comme multiples et renvoyant à des échelles et à des territoires différents.

La mondialisation au service de la territorialisation des identités

D'autres auteurs voient dans la mondialisation une ressource pour la production d'identités territorialisées. Castells (1996) montre que les nouveaux mouvements sociaux mobilisent des réseaux de personnes et des flux d'informations pour produire des « identités résistance » et des « identités projets », territorialisées à des échelles différentes, transnationales et locales.

Plus récemment, des recherches ont montré comment des ressources liées à la mondialisation peuvent être mobilisées dans des stratégies politiques destinées à affirmer des identités localisées (Cunin 2006). Irène Bellier (2006) analyse plus particulièrement l'émergence de l'autochtonie comme « identité globalisée », soutenue par les Nations-Unies et susceptible d'être mobilisée par des populations locales pour défendre et réclamer aux Etats des droits spécifiques. Ces travaux montrent que la mondialisation peut constituer une ressource pour alimenter la reformulation d'identités localisées et faire pression sur les Etats afin qu'ils les reconnaissent.

Des identités ancrées et branchées

Pour saisir de manière plus systématique comment les ressources de la mondialisation peuvent être mises au service de stratégies de territorialisation des identités, deux termes me semblent pourvoir être mobilisés : celui de « branchement » et celui d'« ancrage ». Celui de « branchement » est emprunté à Jean-Loup Amselle (2000 et 2010). Elle permet de mieux comprendre la nature des ressources identitaires mobilisées par les acteurs sociaux dans le cadre de la mondialisation. Chez Castells, la mondialisation permet la constitution de « réseaux » d'acteurs capables de mobiliser des « flux » de biens, de capitaux et

d'informations. Pour Amselle, ces informations sont des référents et discours identitaires. Il considère en effet que toute identité est le produit de branchements sur des réseaux planétaires de signifiants culturels englobants et de la transformation de ces signifiants en signifiés particularistes. Le processus de mondialisation contemporaine, en accélérant la circulation de référents identitaires à l'échelle mondiale, accroit les possibilités de branchements. De plus, en employant les termes d'« englobant » et de « particulariste » plutôt que ceux de « global » et de « local », Amselle permet de comprendre les identités comme construites à partir de référents multi-scalaires. Sa posture permet de considérer les discours identitaires aux territoires d'échelles variées auxquels ils font référence. Enfin, la notion de « branchement » permet de dépasser celles d'« hybridité » et de « métissage », chères à Appadurai. Pour Amselle, ces notions risquent d'entraîner une essentialisation des identités, car elles reposent sur un substrat biologique inavoué et postulent le mélange, soit l'existence d'entités distinctes. *A contrario*, l'idée de branchement montre que, pour fonder son identité, un individu ou un groupe a nécessairement recours à des éléments tiers.

Le terme d'« ancrage » est utilisé dans des recherches qui voient dans les dynamiques de patrimonialisation la preuve que la production d'identités ancrées est plus que jamais d'actualité. Debarbieux souligne ainsi la persistance d'un « souci, très contemporain, de continuer de construire parfois des ancrages et des temporalités longues » (2006, p. 350). Selon lui, il n'y a pas d'opposition entre les dynamiques d'ancrage et de transnationalisation (ou de branchement). Loin de s'opposer, elles constituent les deux facettes du processus contemporain de reconstruction des identités dans un contexte de mondialisation, en référence à des territoires d'échelles variées.

Territoire, territorialité, territorialisation

Quelles conceptions du territoire mobiliser pour penser les identités comme à la fois ancrées et branchées ? Il ne s'agit pas ici de dresser un état des lieux des différentes conceptions du territoire en géographie[26] mais de présenter quelques-unes des approches qui alimentent la réflexion sur la territorialisation des identités dans un contexte de mondialisation.

Depuis les années 1980, le « territoire » est devenu un concept central chez les géographes francophones, qui se sont efforcés de l'éloigner des significations qui

[26] Pour cela, je renvoie aux articles de Guy Di Méo (1998) et de Frédéric Giraut (2008).

lui étaient accordées classiquement (le territoire de l'éthologie, que s'approprient des animaux pour survivre, et le territoire politico-juridique, renvoyant à celui de l'Etat moderne), afin qu'il rende compte des différentes formes que prend le processus de territorialisation contemporain. Le territoire a alors été présenté comme un construit social et relationnel, notamment par Claude Raffestin (1980, 1986 (2)). Selon lui, le territoire est le résultat, à un moment donné, du processus de territorialisation par lequel des individus et des groupes donnent sens à l'espace qui sert de support matériel à leur existence. Dans cette perspective, le terme de « territorialité » désigne les relations, à la fois matérielles et symboliques, qu'entretiennent des individus ou des groupes avec des espaces. Ces relations dépendent des actions des acteurs, guidées par leurs représentations, et des relations entre ces acteurs (des relations de pouvoir). Mais le terme de « territorialité » ne présume en rien du contenu de ces relations (l'identification est un type de rapport possible parmi d'autres), ni des formes prises par la territorialité (territoire, réseau, lieu), ni des échelles auxquelles ces relations font sens. L'« écogenèse territoriale » (soit le processus permanent de territorialisation-déterritorialisation-reterritorialisation) ne cesse de produire de nouveaux arrangements territoriaux, à partir de mailles et de nœuds. Cette approche, qui conçoit les territoires comme constitués de réseaux (les mailles des territoires) et de lieux (les nœuds), permet de dépasser la dichotomie entre réseaux et territoires. Mais elle n'aborde pas spécifiquement la relation d'identification à un espace.

Bonnemaison focalise davantage son attention sur la dimension idéelle et symbolique du territoire, qu'il considère comme un construit culturel, et de la territorialité, qu'il définit comme « la relation culturelle vécue entre un groupe humain et une trame de lieux hiérarchisés et interdépendants, dont la figure au sol constitue un système spatial, autrement dit un territoire » (1981, p. 253). Il aborde plus directement que Raffestin la relation d'un groupe à un territoire comme une relation d'identification. Il s'inscrit néanmoins dans sa lignée (il le dit explicitement dans son article de 1981), dans la mesure où il considère que la territorialisation des identités peut revêtir des formes diverses. Selon lui, « le territoire est d'abord un espace d'identité ou, si l'on préfère, d'identification. Il repose sur un sentiment et sur une vision. La forme spatiale importe peu, elle peut être très variable. Le territoire peut même être imaginaire ou rêvé comme pour les diasporas. Il peut être un cheminement, une constellation de lieux réunis par des pistes d'errance, comme dans les territoires aborigènes […], un système discontinu de pâturages comme chez les Touaregs » (2001, p. 131). Les territoires auxquels s'identifient les

groupes culturels sont constitués d'une « trame de lieux et d'itinéraires » et les territorialités, les relations qu'entretiennent ces groupes avec les territoires, sont à la fois « enracinement » et « voyages », « fixation » et « mobilité » (1981, p. 254). Cela permet de comprendre les dynamiques de branchement et d'ancrage comme participant d'un même processus de territorialisation des identités.

Le branchement et l'ancrage pour penser les territorialités touristiques

S'appuyer sur ces approches du territoire et de la territorialité devrait permettre de comprendre la mise en tourisme des identités comme une dynamique de branchement sur des réseaux d'acteurs et des référents identitaires mondialisés au service d'une dynamique d'ancrage à des territoires variés, et d'analyser la dimension territoriale des identités comme un enjeu central des négociations menées par les acteurs touristiques, ceux-ci valorisant des identités référant à des territoires différents.

2. La mise en tourisme des identités, une performance

Les identités mises en tourisme ont un lien avec l'espace, car l'identification passe avant tout par le corps, la matérialité. Pourtant, la mise en tourisme des identités est le plus souvent présentée comme une mise en discours, orale et écrite. Sont alors analysées les paroles adressées par les acteurs touristiques aux touristes durant leur visite, et la documentation touristique (guides, publicités, *etc.*) qu'ils produisent. Ce n'est que récemment que la mise en scène et la mise en récit des identités *via* le tourisme a été abordée également à travers les pratiques des acteurs touristiques, leur langage corporel.

Les identités, une mise en scène théâtrale

Si quelques auteurs ont étudié la façon dont les touristes performent leur identité à travers l'activité touristique, rares sont ceux qui ont étudié les identités performées par les acteurs touristiques. Plus largement, la mobilisation de la notion de « performance », issue des études genre, est récente. Dans la littérature anglophone, ces notions sont utilisées depuis le début des années 2000, par des géographes (Edensor 2001, Minca et Oakes 2006) et par des anthropologues et des sociologues (Baerenholdt, Haldrup, Larsen et Urry 2004, Coleman et Crang 2002). Amandine Chapuis (2010) propose une relecture critique des recherches couplant tourisme et performance, sur laquelle je m'appuie en partie ici.

Le tourisme a d'abord été compris comme une « performance » dans un sens métaphorique, comme une mise en scène théâtrale : les acteurs touristiques endossent des rôles, socialement définis, qu'ils adaptent en fonction de la scène, du lieu touristique, et du public de touristes. Cette approche s'appuie sur l'idée classique – inspirée du travail d'Ervin Goffman (1959) et diffusée par Dean MacCannell (1973, 1976) - selon laquelle les lieux et les sociétés touristiques sont mis en scène par des acteurs touristiques qui jouent un rôle afin de présenter une certaine image de leur identité. Selon MacCannell, l'authenticité, la « vie réelle des autres », recherchée par les touristes, est toujours mise en scène. Il parle non d'une opposition nette mais d'un continuum entre les « *front regions* », les scènes touristiques, et les « *back regions* », les coulisses des lieux touristiques, qui se déclinent selon la façon dont l'« authenticité » est présentée et mise en scène par les acteurs touristiques et selon la façon dont les touristes se représentent ce qui est authentique. Dans certains cas, les mises en scène touristiques donnent aux touristes l'impression d'avoir pénétré le « *back* ». L'authenticité serait donc mise en scène à des degrés perçus comme différents. Un tel positionnement a alimenté les recherches qui pensent le tourisme comme un simulacre, une mise en scène inauthentique, ne permettant pas la rencontre et ayant des impacts négatifs pour les cultures locales, dévoyées car sur-jouées pour plaire aux touristes. D'autres sens accordés à la notion de « performance » permettent de dépasser cette approche qui conduit à considérer le tourisme comme une mise en scène dévalorisée et dévalorisante de l'identité.

Les identités mises en scène et en récit à travers le tourisme

D'autres recherches sur le tourisme utilisent la notion de « performance » dans le sens que lui attribue Judith Butler (2005 [1990]), c'est-à-dire pour désigner « la pratique en situation d'un individu, en ce qu'elle incarne des normes socio-culturelles qui la régissent mais aussi en ce qu'elle participe elle-même à la reproduction et/ou à la subversion de ces normes » (Chapuis 2010, p. 46). Pour Butler, les identités (dont celle de genre) sont le produit non seulement des discours prescriptifs mais aussi et surtout des pratiques quotidiennes des individus, à travers lesquelles les normes sociales sont reproduites et les discours prescriptifs intégrés. Elle s'oppose à Goffman en ce qu'elle rejette l'idée d'une identité duelle (l'une « authentique » et l'autre jouée de manière consciente pour les touristes) en montrant que les acteurs, à travers les pratiques, ont profondément intégré le rôle qu'ils jouent.

Certains auteurs ont utilisé le terme de « performance » dans ce sens, pour désigner les pratiques des touristes et insister sur le fait qu'elles reproduisent des normes de comportement touristique. Pour Orvar Löfgren (1999), le touriste doit acquérir des compétences et reproduire des pratiques codifiées pour devenir touriste. Ainsi, les postures des corps des touristes à la plage sont révélatrices de normes sociales. Tim Edensor (2001) va plus loin : selon lui, même des expériences telles celles du tourisme « alternatif », ayant pour but de s'affranchir des normes touristiques, établissent de nouvelles normes.

Butler (1988) soutient également qu'à travers leurs pratiques, les individus peuvent faire évoluer les catégories identitaires définies socialement, les subvertir, que les corps ne font pas qu'exprimer des normes mais peuvent aussi les réutiliser, les réinterpréter, et créer de nouvelles identités, revendiquées. Elle défend l'idée selon laquelle ces identités sont produites non seulement à travers le langage mais aussi dans la pratique corporelle, dans la matérialité, et que les pratiques ont autant un caractère performatif que les discours[27]. Cette piste - encore peu explorée dans les études en tourisme - laisse une certaine marge de manœuvre aux individus. Elle invite à considérer les protagonistes de l'activité touristique comme capables de ne pas simplement reproduire des images préexistantes, attendues par les touristes, mais de jouer sur ces images, de les remodeler. Chapuis (2010, p. 53) suggère de mobiliser la notion de « performance » pour « appréhender le temps touristique comme un moment à part entière de construction de l'identité individuelle ». Si je ne peux qu'aller dans le sens de sa suggestion, je propose de focaliser mon attention non sur l'identité individuelle mais sur les identités collectives, non sur l'identité performée par les touristes – sur laquelle la majorité des recherches sur le tourisme et les identités réalisées dans la lignée de Butler se sont penchées – mais sur celle performée par les acteurs touristiques, dans l'interaction avec les touristes. Je propose d'analyser la façon dont ces acteurs remodèlent les imaginaires touristiques, fabriquent de nouvelles identités collectives à travers leurs projets, en performant certains éléments de ces identités.

La « performance » pour penser la mise en tourisme des identités

La notion de performance permet d'appréhender différemment les identités, en les comprenant comme des mises en scène et en récit à travers un langage à la fois

[27] Une telle conception de l'identité, construite dans les pratiques et la matérialité, a permis, selon Catherine Nash (2000), de contribuer au renouvellement des approches de l'identité en géographie culturelle, trop exclusivement centrées sur les représentations.

oral, écrit et corporel, de les aborder non seulement du point de vue de ce que les acteurs en disent et en écrivent, mais aussi du point de vue de ce qu'ils en font. Elle redonne leur place au corps, à la matérialité et à la spatialité dans la construction des identités. Les approches en termes de « performance » permettent d'analyser le rôle joué par les expressions corporelles des acteurs touristiques dans la reconstruction des identités collectives et dans leurs efforts pour « ancrer » ces identités : le langage corporel est révélateur des liens entretenus par les acteurs touristiques avec l'espace matériel et des liens des identités qu'ils mettent en scène avec celui-ci.

3. La mise en tourisme des identités et le patrimoine

Les acteurs touristiques ancrent les identités qu'ils mobilisent en les mettant en mots et en les performant, dans l'interaction avec les touristes et avec des objets, dont ils font parfois des « patrimoines », et qu'ils présentent, dans ce cas, comme emblématiques de telle identité, ancrée dans tel territoire.

Les identités mises en tourisme à travers un processus de patrimonialisation

Les recherches réalisées en économie territoriale se sont penchées sur la patrimonialisation et sur les conditions dans lesquelles la valorisation touristique des objets patrimonialisés peut participer au développement territorial, dans les espaces ruraux marginalisés. Elles alimentent la réflexion sur le couple tourisme-identité dans le sens où elles abordent les identités comme une ressource patrimoniale et la mise en valeur touristique du patrimoine comme une ressource identitaire.

Les identités, ressources patrimoniales

En économie territoriale, les identités sont pensées comme la base de la construction des ressources patrimoniales (Landel 2009). Celles-ci sont dites « spécifiques » : elles ne peuvent être exprimées en prix et sont localisées, contrairement aux « ressources génériques », indépendantes du lieu où elles sont produites (Gumuchian et Pecqueur 2007). Elles « résultent d'une histoire longue, d'une accumulation de mémoire, d'un apprentissage collectif cognitif » et « d'une identification collective à un territoire » (Pecqueur 2005, p. 304 et 298). Pour Landel (2007, p. 164), « le patrimoine serait la matérialisation d'un flux culturel permanent, entretenu par les acteurs locaux au service de leurs constructions territoriales ». Les ressources patrimoniales seraient ainsi spécifiées par la mobilisation de traits culturels propres au territoire. Dans cette perspective, la

culture et l’identité sont compris comme un stock d’opportunités évolutif mobilisable par des acteurs, notamment touristiques[28], pour spécifier des objets. En sélectionnant les objets qu’ils jugent emblématiques d’une identité locale, ils révèlent une identité préexistante.

La valorisation touristique du patrimoine, ressource identitaire

Les identités constituent non seulement la base mais également le résultat du processus de fabrication de ressources patrimoniales, car elles sont retravaillées par les acteurs du tourisme. Ils s’efforcent de redéfinir l’identité du territoire pour qu’elle apparaisse plus positive, lisible et gage de qualité. Pour renforcer l’identité du territoire, ils font de certains objets des marqueurs territoriaux, emblématiques de cette identité. Ils constituent des paniers de biens touristiques, constitués de plusieurs objets représentatifs de cette identité (François *et al* 2006, Lacroix, Mollard et Pecqueur 2000, Pecqueur 2001). Au moment de la mise en exposition des objets, à travers des activités variées (telles que : spectacle, circuit ou route thématique, *etc.*), les objets sont présentés comme représentatifs de l'identité du territoire. Ce faisant, l’objectif des acteurs touristiques est d’accroître la valeur de ces objets, d’augmenter leur vente et de rendre le territoire plus compétitif en le singularisant par rapport aux autres. Ils veulent ainsi faire de la mobilisation des identités des ressources socioéconomiques et territoriales. Ces ressources sont considérées comme « durables » dans le sens où, potentiellement, les acteurs peuvent sans cesse inventer de nouvelles ressources spécifiques, la culture constituant un stock d’opportunités infinies (Landel et Senil 2009). Dans la mesure où ils redéfinissent l’identité d’un territoire et renforcent l’identification des acteurs à des valeurs et des territoires communs, symbolisés par les objets patrimonialisés (Landel 2007), les acteurs font également de la patrimonialisation touristique une ressource identitaire[29].

---

[28] Les ressources patrimoniales sont conçues comme fabriquées par des acteurs, révélées par un « milieu » qui décide de leur accorder de la valeur (Peyrache-Gadeau et Pecqueur 2004). Un rôle clé est accordé aux acteurs touristiques (Landel 2007). François *et al.* (2006, p. 693) considèrent les acteurs du tourisme comme des « opérateurs de la ressource », susceptibles d’activer la ressource patrimoniale pour en faire un vecteur de développement territorial.

[29] L’expression « ressource identitaire » n’est pas utilisée par les auteurs cités. Ceux-ci s’intéressent davantage à la définition par les acteurs touristiques d’identités pour l’extérieur, à des fins socioéconomiques, qu’à l’appropriation en interne de ces identités et aux recompositions des identités locales. L'article que Landel, Gagnol et moi avons écrit dans la *Revue de géographie alpine* (à paraitre en 2014) vise à renouveler les travaux d’économie territoriale en étudiant la mise en tourisme des identités aussi comme une ressource identitaire.

Ces recherches renvoient aux réflexions sur le rôle du processus de patrimonialisation dans le processus d'identification.

La (re)construction des identités à travers la patrimonialisation

La matérialité et l'immatérialité des objets patrimoniaux, leviers d'identification

Les nombreuses recherches effectuées en sciences sociales sur la patrimonialisation ont montré que les objets patrimoniaux participent à la construction des identités grâce à leur double dimension matérielle et idéelle. D'un côté, ils incarnent une identité. Ainsi, selon Brian Graham et Peter Howard (2008, p. 2, cité par Petite 2011, p. 72): « heritage is less about tangible material artefacts or other intangible forms of the past than about the meanings placed upon them and the representations which are created from them ». Un objet courant devient patrimoine car il est choisi par des acteurs sociaux qui estiment qu'il est représentatif de telle ou telle facette de l'identité collective. La valeur et les symboliques accordées à l'objet patrimonialisé sont fonction de cette identité. Selon Maria Gravari-Barbas et Sylvie Guichard-Anguis (2003, p. 14) : « l'enjeu identitaire est étroitement lié au patrimoine car il renvoie à l'identité, à la mémoire des groupes sociaux, dont l'affirmation, les revendications, la perpétuité, font inévitablement référence au patrimoine ».

D'un autre côté, les objets patrimoniaux contribuent à construire et renforcer l'identité du groupe en rendant visibles les symboliques et les valeurs que les acteurs accordent à ces objets. Ils permettent en effet de « faire exister une entité collective, laquelle est toujours abstraite, en la rendant visible métaphoriquement par l'exposition publique de ces biens qu'elle aurait en commun » (Micoud, 1995, p. 26). Ils constituent un moyen pour des individus de faire groupe : selon les expressions d'André Micoud, le patrimoine constitue un « bien commun » (1995, p. 25) et la patrimonialisation permet de « redire ce qui nous relie » (2005, p. 81), de montrer matériellement aux Autres ce qui nous rassemble et ce qui nous différencie d'eux. Ainsi, par leur matérialité et leur spatialité, les objets patrimoniaux rendent visible une identité collective. C'est en cela qu'ils ont « une fonction sociale identitaire » (Di Méo 1994, p. 25).

Les objets patrimoniaux, moyens d'ancrage dans le temps et dans l'espace

Les objets patrimoniaux constituent des ressources pour l'identification d'un groupe également car ils permettent aux individus de se rattacher à une mémoire commune. Les objets sont choisis et valorisés de manière à ce qu'ils renvoient à un passé réinventé pour être capable d'incarner le groupe et sa continuité dans le

temps. Le patrimoine permet alors de figurer l'idée abstraite de « la perpétuation d'une entité sociale dans le temps » (Micoud, 2005, p. 81).

De plus, le patrimoine participe à la construction des identités en ce qu'il constitue un moyen pour des individus de se relier à un territoire commun. Di Méo (1994, 1998) a montré qu'à travers la patrimonialisation, les individus cherchent à symboliser leur attachement à un territoire. L'objet patrimonial reflète ainsi la dimension territoriale de l'identité collective. Il peut renvoyer à des territoires d'échelles variées, un objet patrimonial étant susceptible de symboliser une nation ou même l'humanité, dans le cas du patrimoine mondial de l'Unesco (Graham, Ashworth et Tunbridge 2000, p. 4). En retour, les objets patrimoniaux renforcent l'attachement du groupe au territoire qu'ils symbolisent, donnent du sens à celui-ci et contribuent à façonner son identité.

L'ancrage dans une mémoire commune et dans un espace commun s'articulent dans le processus de patrimonialisation. Vincent Veschambre (2008) montre ainsi que, pour se (ré)approprier un espace, les sociétés s'efforcent de montrer que leur relation avec cet espace a de l'épaisseur historique. L'appropriation de l'espace est alors fondée sur « l'appropriation du passé des lieux », selon les termes de Gravari-Barbas (2005, p. 616). A l'inverse, pour se (ré)inscrire dans une histoire, les sociétés s'efforcent de se réapproprier des espaces. L'espace permet alors aux groupes sociaux de s'inscrire dans le temps.

L'utilisation du patrimoine pour « construire des ancrages et des temporalités longues » (Debarbieux 2006, p. 350) n'est pourtant pas universelle. Plusieurs études ont révélé que le rapport au passé que suppose la patrimonialisation constitue une construction culturelle. Françoise Choay (2007), en retraçant l'histoire des pratiques et des discours patrimoniaux, montre que l'idée de la conservation est européenne et qu'elle a été diffusée à la faveur de la mondialisation. Selon Micoud (2005), cette idée renvoie à une conception « occidentale », réflexive, du temps. Elle signifie la volonté des sociétés occidentales de dépasser le rapport au temps qui avait été institué par les temps modernes (basé sur l'idée d'une rupture avec le passé, sur la dévalorisation de ce passé et sur la valorisation du futur comme félicité promise par le progrès), en repensant le rôle du passé dans la constitution des groupes humains et en le re-convoquant pour se réinventer un avenir. Pour Micoud, le patrimoine reflète une nouvelle manière de faire en sorte que passé, présent et futur puissent être pensés en même temps, une volonté de penser un nouveau temps qui dépend de ce qui

nous entoure et qui procède de ce qui nous précède. Ce nouveau rapport au temps est présenté comme non universel. Cela a de l'importance pour analyser des expériences de patrimonialisation réalisées dans des sociétés non « occidentales ». Le risque de ces expériences est qu'elles soient uniquement le fait d'une élite qui s'est appropriée les conceptions du temps « occidentales » et qu'elles ne prennent pas en compte les rapports au temps et à l'espace propres à la société locale.

L'identification à travers des conflits autour des objets patrimoniaux

La reconstruction des identités à travers le processus de patrimonialisation se fait sur le mode de la négociation voire du conflit. Pour Brian Graham, Gregory John Ashworth et John Tunbridge (2000), le processus de patrimonialisation est un processus excluant car il implique de sélectionner les objets dont les acteurs qui ont le pouvoir de décision jugent la valeur supérieure à celle des autres. C'est pourquoi ils emploient l'expression de « *heritage dissonance* ». Ces conflits sont profondément liés au processus d'identification, qui consiste en un processus d'assimilation et de différenciation. A travers la patrimonialisation se négocie le pouvoir de définir les identités symbolisées par tel objet ou de choisir tel objet pour qu'il symbolise telle identité.

D'autres auteurs, tels que Patrice Melé (2003, 2008 et 2009) ou Vincent Veschambres (2008), se sont penchés sur des cas de conflits localisés opposant différents groupes d'acteurs pour la définition, la sélection ou la valorisation d'objets patrimoniaux. Pour eux, le conflit constitue un moment fondamental du processus de patrimonialisation et d'identification. Pour Melé, le conflit permet de constituer le groupe et de le renforcer. Il analyse par exemple des cas où de nouveaux groupes – constitués de nouveaux habitants et d'autochtones – émergent, dans l'opposition à un projet de valorisation patrimoniale d'un objet ou d'un lieu mené par la puissance publique. Le groupe se construit alors autour d'une identité réactive. Ils défendent aussi une identité proactive : en se mobilisant ensemble autour d'un objet patrimonial local, les nouveaux et les anciens habitants défendent leur vision de cet objet et de l'identité locale qu'il incarne. Cette identité fait également l'objet de négociations entre anciens et nouveaux habitants, dont les objectifs et les représentations peuvent diverger : les anciens redécouvrent et retravaillent leur identité, tandis que les nouveaux sont en quête d'autochtonie et d'attachement au nouveau lieu dans lequel ils résident. Les conflits permettent donc la constitution et le renforcement de groupes de personnes et d'identités collectives. Selon Melé, les conflits entrainent également chez les personnes qui prennent part à ces conflits un nouveau rapport au territoire, une nouvelle façon

de se le représenter et de le pratiquer. En effet, en défendant tel objet patrimonial, ils défendent une vision du lieu dans lequel cet objet est situé et du territoire auquel il renvoie, qu'il symbolise. Le territoire devient l'objet de projections différentes de la part des acteurs des conflits, qui entendent valoriser des objets patrimoniaux différents, des lieux différents et défendre des projets différents pour ce territoire.

Les recherches sur le patrimoine pour penser le couple tourisme-identités

Ces recherches invitent à considérer les objets patrimoniaux comme des moyens que les acteurs touristiques peuvent utiliser pour rendre visibles et, ainsi, affirmer et retravailler les identités collectives et les identités des territoires que symbolisent les objets ; à analyser la valorisation touristique d'objets patrimoniaux comme un moyen qu'ils peuvent utiliser pour ancrer les identités collectives dans une mémoire et un territoire communs ; et à comprendre cette valorisation comme un processus conflictuel, basé sur des rapports de pouvoir, qui participe à la production des identités collectives et des territoires que les objets symbolisent.

4. Bilan du premier chapitre

Dans ce premier chapitre, j'ai tenté de montrer l'intérêt, pour renouveler la réflexion sur le couple tourisme-identités, de dépasser le paradigme des impacts. Pour montrer comment, je me suis appuyée sur les recherches qui considèrent les identités comme des constructions sociales et qui s'efforcent de redonner une place centrale aux sociétés locales et spécialement aux acteurs touristiques dans le processus de conversion des identités en ressources touristiques et du tourisme en ressource identitaire. Ensuite, j'ai montré que la mise en tourisme des identités gagne à être abordée comme une négociation entre les acteurs touristiques locaux, entre ceux-ci et l'Etat, les tours opérateurs et les sociétés locales, et que les approches postcoloniales, et en particulier subalternes, peuvent constituer des clés de lecture de ces rapports de pouvoir, dans les contextes postcoloniaux. Elles invitent à analyser les identités telles qu'elles sont revendiquées par les acteurs touristiques, comme le produit du positionnement de ces acteurs vis-à-vis des imaginaires touristiques hérités de la colonisation, et comme le produit de négociations qu'ils effectuent avec les autres acteurs en présence, qui peuvent être moins critiques vis-à-vis des imaginaires touristiques néocoloniaux.

Enfin, j'ai montré l'intérêt des approches post-nationales, performatives, et patrimoniales des identités pour analyser la dimension territoriale des identités

mises en tourisme. Les premières permettent de considérer les stratégies des acteurs touristiques comme des stratégies différenciées de branchement sur des référents identitaires mondialisés et d'ancrage des identités dans des territoires d'échelles variées, et d'envisager la dimension territoriale des identités mises en tourisme comme un enjeu central des négociations menées par les acteurs touristiques. Les approches des identités en termes de performance permettent d'approfondir l'analyse des efforts réalisés par les acteurs touristiques pour ancrer les identités qu'ils valorisent, en étudiant comment celles-ci sont mises en scène et en récit à travers le langage non seulement parlé et écrit mais aussi corporel. Les approches patrimoniales des identités permettent quant à elles de considérer les objets qualifiés par les acteurs touristiques de « patrimoniaux » comme des moyens dont ils disposent pour travailler les identités collectives, les ancrer dans un territoire et recomposer les identités des territoires que symbolisent les objets. Elles alimentent la réflexion sur la négociation des identités mises en tourisme car elles montrent que la valorisation touristique d'objets patrimoniaux s'accompagne de conflits. Elles invitent à analyser le rôle joué par ces conflits dans le processus de (re)construction des identités collectives et des territoires.

Chapitre 2.
Tourismes et identités dans les Atlas

Dans un second chapitre, il convient de montrer l'intérêt du paradigme des ressources pour étudier la mise en tourisme des identités dans les montagnes marocaines. Les quelques recherches qui s'inscrivent dans ce paradigme et abordent les identités dans les Atlas marocains au prisme des théories postcoloniales, subalternes et post-nationales, pourraient être approfondies.

I. Les impacts du tourisme sur les identités

La plupart des recherches réalisées en géographie sur les relations entre tourisme et identité dans les montagnes marocaines estiment que les formes de tourisme telles qu'elles existent dans les Atlas ont des impacts négatifs sur les identités locales. Elles adoptent un point de vue méfiant à l'égard des activités et modèles de développement définis à l'extérieur des territoires de montagne et imposés par des acteurs externes à ces territoires.

1. Des recherches dans la lignée du paradigme des impacts

Un bilan critique des effets du tourisme sur les identités dans les Atlas

Il existe de nombreux bilans critiques des politiques de développement touristique telles qu'elles ont été menées par les autorités depuis les années 1970. Ils dénoncent les impacts macroéconomiques limités et fluctuants du tourisme (Hillali 2007 et 2011). A l'échelle locale, ils montrent que la mise en tourisme ne se traduit pas automatiquement par une diminution de la pauvreté et critiquent le fait qu'elle profite davantage à des acteurs externes aux lieux touristiques qu'aux habitants (Boujrouf et Tebaa 2011). Ils leur reprochent également d'avoir des impacts négatifs sur les équilibres écologiques et sociologiques et mettent en avant les risques d'acculturation et de folklorisation que le tourisme fait courir aux cultures locales (Hillali 2007). Les auteurs qui évaluent les politiques de développement du tourisme en montagne adoptent le même type de positionnement.

Critique du Projet pilote Haut Atlas Central

Le Projet pilote Haut Atlas Central (PHAC), première expérience de tourisme de montagne menée dans les années 1980-1990 par le ministère de l'Intérieur puis le ministère du Tourisme, en lien avec la coopération française, a fait l'objet d'un grand nombre de publications en géographie (Aït Hamza 1999, Bellaoui 1996, Boujrouf 1996, Boumaza 1996, Monkachi 2005, Moudoud 1999 (1) et (2) et 2003, Pézelet 1996 et 1997, Popp 1999, Ramou 2009). Elles s'accordent pour en souligner certains impacts positifs : il a permis de former des guides qui ont ensuite exercé dans différents massifs et ont parfois monté leur propre agence. Il a encouragé l'aménagement de gîtes chez l'habitant et la création d'agences de voyage spécialisées dans le *trekking*. La création d'un nouveau produit, assorti d'un label, la Grande Traversée des Atlas Marocains (GTAM), a donné de la visibilité au tourisme de montagne. Dans la vallée des Aït Bouguemez - la plus concernée, puisqu'un grand nombre de gîtes y ont été installés et qu'elle héberge le centre de formation des guides - le projet a entraîné la création d'emplois pour les habitants, dans l'accompagnement et l'accueil. Il a permis la réalisation d'infrastructures de base qui profitent directement à la population (telles qu'une piste reliant Tabant, le centre, à Azilal, chef-lieu de la Province). Au plan culturel, le tourisme est présenté comme un facteur d'ouverture.

Le PHAC fait cependant l'objet de vives critiques. Au plan économique, les auteurs lui reprochent de ne pas avoir diminué de façon significative l'exode rural. Le tourisme, au lieu d'entraîner les activités agricoles, serait entré en concurrence avec elles, pour l'emploi de la main d'œuvre et pour l'accès à l'eau. Ils critiquent la prépondérance accordée au secteur touristique, alors que le projet initial se voulait basé sur la complémentarité des activités. Sont aussi dénoncées les faibles rémunérations perçues par les guides, propriétaires de gîtes et muletiers, au regard du profit que tirent les TO des séjours, et la dépendance des premiers à l'égard des seconds. Ensuite, les auteurs voient dans le tourisme un facteur d'aggravation des inégalités sociales : seuls les guides et les propriétaires de gîtes qui appartiennent aux familles de notables ont les moyens d'investir dans cette activité et s'enrichissent grâce à elle, sans pour autant investir dans d'autres activités. Le tourisme susciterait de plus une forte concurrence entre guides, entre propriétaires de gîtes et entre villages, et aggraverait les conditions des femmes, soumises à des corvées d'eau harassantes pour satisfaire les besoins des touristes.

Enfin, les auteurs mettent l'accent sur les impacts négatifs du tourisme sur l'environnement naturel et culturel. Ils montrent la pression que le tourisme fait

subir notamment sur les ressources en eau et pointent le problème des déchets, ni recyclés sur place ni redescendus en plaine par les groupes. Au plan culturel, les auteurs présentent le tourisme comme un élément perturbateur, dans des sociétés montagnardes « traditionnelles » fragilisées. Selon Boujrouf (2006, p. 38), « les plus grands risques résultent sans doute du contact des autochtones avec les touristes ; il s'agit d'une aliénation due à un rapport de force entre une culture dominante et une culture dominée ». Mohammed Aït Hamza note les réactions d'incompréhension déclenchées par l'arrivée de touristes : le touriste est perçu comme quelqu'un qui erre sans but et donne de l'argent pour peiner. Selon cet auteur, la différence de niveau de vie entre les habitants et les touristes alimente, chez certains habitants, un sentiment d'infériorité et l'adoption de comportements (boire de l'alcool, porter des *jeans*, discuter ouvertement avec des femmes), qui entraînent la réprobation. Le tourisme est donc souvent présenté comme un facteur d'acculturation. Lydie Pézelet a montré que le type d'hébergement encouragé par le PHAC, les gîtes chez l'habitant, a entraîné une profonde évolution des mœurs jusque dans l'espace privé. L'accueil de touristes à la maison modifie le sens de la tradition de l'hospitalité, en l'inscrivant dans une relation marchande. Il modifie le sens de l'espace domestique. En effet, une présence masculine s'impose quand les touristes sont là, alors que l'intérieur de la maison est habituellement un espace féminin. Certains comportements des touristes peuvent choquer (hommes et femmes dorment dans la même pièce), au point que certaines familles ont construit un bâtiment destiné à l'accueil des touristes. Toutes les études mettent l'accent sur les tensions d'ordre culturel que suscite le contact avec les touristes internationaux et aussi nationaux. Ces derniers seraient peu discrets et considéreraient la montagne comme un défouloir.

Le tourisme de montagne, un tourisme exogène et néocolonial

Certains travaux critiquent particulièrement le fait que le tourisme de montagne a été imposé de l'extérieur, par l'Etat colonial puis indépendant, avec le PHAC (Aït Hamza et Ramou 2010, Ramou 2009). Selon ces auteurs, il constitue un legs de la période coloniale, car il répond à une demande extérieure, perpétue les pratiques de l'époque du Protectorat (la randonnée pédestre et muletière) et reste dépendant d'acteurs français (Club Alpin Français qui a toujours une section au Maroc, propriétaires de gîtes qui concurrencent les locaux). Michael Peyron (2010) critique quant à lui la domination des TO étrangers sur le produit de la GTAM. Tous dénoncent le fait que le tourisme profite peu aux habitants des montagnes. Aït Hamza et Ramou estiment que seulement 30% du prix payé par le touriste pour un

circuit de randonnée est injecté dans le milieu rural. Ils sont plus optimistes que Ralph Lessmeister (2005) qui estime que la moitié du prix reste en Europe et que seuls 6 à 8% arrivent dans la région de montagne visitée.

Pour ces auteurs, la domination est aussi culturelle. Aït Hamza (1999, p. 196) identifie et oppose « deux logiques secrétées par deux cultures différentes : la logique de la culture endogène, rurale, montagnarde, et celle de la culture exogène occidentale véhiculée par le tourisme international ». Il soutient que les choix réalisés par les organisateurs des randonnées en matière d'hébergement et de restauration répondent à des modèles exogènes, à la culture des touristes - par exemple, les repas sont préparés « à la française » (par exemple, pour le petit déjeuner : pain, beurre, confiture et café) -, au lieu de valoriser les habitudes et produits locaux. Ramou (2009) explique cette domination par la reproduction, par les acteurs du tourisme de montagne, d'imaginaires touristiques hérités de la période coloniale, donnant l'image d'une montagne sous développée, primitive, une image fausse et simplificatrice. Peyron (2010 et 2011) va dans le même sens lorsqu'il reproche aux guides déguisés en « hommes bleus » d'entretenir les imaginaires orientalistes, et ainsi de travestir la réalité (il n'y a jamais eu de Touarègues dans les Atlas). Il dénonce les offres des TO comme faisant des montagnes un « Disneyland of the heights ».

Pointer le fait que le tourisme est traversé de rapports de force néocoloniaux est novateur dans le champ des études sur le tourisme dans les montagnes marocaines. Néanmoins, une idée centrale de ces travaux me semble devoir être remise en question. Ils présentent les acteurs locaux comme les perdants de leur relation avec les TO et comme contraints, pour attirer les touristes, de mobiliser des imaginaires touristiques néocoloniaux. L'une de mes hypothèses est que certains acteurs touristiques locaux mettent en œuvre des stratégies visant à retrouver une marge de manœuvre vis-à-vis des acteurs exogènes et qu'ils mobilisent les imaginaires touristiques néocoloniaux (au lieu de les subir) en les retravaillant, pour donner une image différente des montagnes marocaines et de leurs habitants.

Tourisme en montagne et identités locales au prisme de la « durabilité »

Préserver les patrimoines montagnards du tourisme prédateur

Depuis le début des années 2000, de nombreux géographes pensent le tourisme dans les Atlas à travers le prisme du « développement durable ». Ils constatent la fragilité des environnements naturels et culturels, en montagne, et dénoncent les

impacts négatifs du tourisme sur ces environnements. Ils réfléchissent aux conditions dans lesquelles le tourisme peut être facteur de développement économique sans abîmer l'environnement. Certains auteurs (Billand 1996, Hillali 2010, Ramou 2005, Peyron 2010) se sont efforcés de dénoncer la menace que constitue le tourisme pour les écosystèmes et prônent l'adoption de mesures variées pour les préserver, allant de la création de zones de protection à la création de fonds destinés à l'environnement par les TO.

D'autres auteurs focalisent leur attention sur le patrimoine culturel. Ils conçoivent le tourisme comme un « agent perturbateur des sociétés traditionnelles montagnardes » (Boujrouf 2003 (2), p. 274). Selon cet auteur, le tourisme entraîne d'inévitables mutations du patrimoine, qui « tend à passer d'un patrimoine identitaire à un paysage décor ou folklore à valeur touristique marchande » (Boujrouf 2004, p. 65). Il participe à l'appauvrissement d'un patrimoine pourtant riche et diversifié. Ahmed Skounti (2004) montre également que le tourisme peut ainsi nuire au patrimoine. Il donne l'exemple du patrimoine mobilier, pillé par des touristes-collectionneurs. Dans la même veine, Salima Naji (2003) critique les rénovations des kasbahs qui ne respectent pas les principes et le sens de l'architecture traditionnelle en terre. Elle dénonce « ce goût du clinquant et du trop-plein, de l'hybride trafiqué », qui a pour but de créer les ambiances « exotiques » et « authentiques » (p. 174) attendues par les touristes, et a comme effet d'effacer les traits culturels endogènes. Pour limiter ces dégradations, les auteurs prônent, en particulier: une intervention plus grande des autorités (à travers des lois destinées à criminaliser le pillage, des appuis pour rénover des ensembles architecturaux) ; la prise en compte par les acteurs touristiques du seuil de tolérance des populations au tourisme, de leurs savoir-faire en matière de rénovation du patrimoine et du sens qu'ils attribuent eux-mêmes au patrimoine ; la formation des guides pour qu'ils soient des « médiateurs patrimoniaux » (Boujrouf 2004, p. 66), et une meilleure coordination des acteurs concernés.

L'évaluation critique des tourismes « alternatifs » dans les Atlas

Quelques rares auteurs proposent une évaluation critique des offres qui émergent depuis peu dans les marges marocaines, que les responsables qualifient d'« alternatives », voulant faire découvrir aux touristes les patrimoines naturels et culturels locaux, participer à leur protection tout en induisant un développement « durable ». A l'instar de Boujrouf (2003 (2)), ils considèrent que ces projets sont trop récents et trop peu nombreux pour avoir un réel impact sur les pratiques touristiques et sur la protection du patrimoine. De plus, il conçoit le processus de

patrimonialisation touristique comme un processus impulsé du haut, par l'Etat (à travers les Pays d'Accueil Touristiques), et peu approprié localement (Boujrouf 2004). De même, pour Peyron, ces offres sont des propositions de TO qui ne constituent pas une nouveauté[30]. Elles relèvent du changement de discours, et non de pratiques, cachant leur manque d'imagination. De surcroit, les mesures prises par ces tours opérateurs en faveur de l'environnement, comme l'adoption de chartes et de labels, seraient largement marketing. Elles serviraient uniquement à donner bonne conscience aux TO et aux touristes. Pour ces chercheurs, la « durabilité » de ces projets réside uniquement dans l'effort fait par leurs responsables pour faire durer dans le temps les offres touristiques.

Ces critiques me semblent fondées et utiles car elles permettent de montrer les limites des initiatives des autorités et des offres proposées par les TO. Néanmoins, elles me semblent sous-estimer les projets associatifs et privés qui, depuis le début des années 2000, se sont multipliés dans les Atlas. Sans doute, leur nombre est encore trop réduit pour qu'ils contrebalancent les projets étatiques et les offres des TO. Mais ils me semblent avoir des effets non négligeables localement, notamment au plan culturel. La démarche en termes d'« impacts » ne me semble pas adéquate pour les saisir.

2. Les identités dans les marges : lecture par les « impacts »

Les critiques évoqués précédemment renvoient aux recherches effectuées en géographie sur le développement des marges marocaines, qui considèrent que les sociétés montagnardes sont perturbées par des politiques ne tenant pas assez compte de leurs spécificités culturelles et, plus généralement, par ce qui vient de l'extérieur.

Une insuffisante prise en compte des sociétés locales

Dans les années 2000, de nombreux travaux ont été menés en géographie sur les politiques réalisées dans les Atlas au nom du « développement durable ». Ils décrivent le passage d'un « système makhzénien » de gestion des territoires, centralisé et destiné à contrôler les marges (Planel 2009), à un système basé sur

[30] Peyron (2010 (2)) affirme ainsi que « les limonadiers de l'aventure qui proposent la Grande Traversée du Haut Atlas en 22 jours se targuent de pratiquer une forme de « tourisme responsable » voire « durable » : formule floue, fourre-tout, qui sert à donner à ces agences bonne conscience, à rassurer leurs clients, sans que l'on sache vraiment de quoi il s'agit. Esbroufe et faux-fuyant, nous pensons que tout cela flaire l'effet d'annonce plutôt qu'autre chose ! ».

une « logique de participation » (Fauvel et Vanier 2006), encourageant la réalisation de projets de développement en concertation avec les collectivités et les associations locales, dans le contexte du désengagement de l'Etat suite aux plans structurels des années 1980, du succès des modèles de « développement durable » et de la « bonne gouvernance », prônés par les organisations internationales, et du développement spectaculaire des associations dans les espaces ruraux (Chraibi Bennouna 1999).

Ces politiques dites participatives ont fait l'objet de critiques multiples[31]. Giraut et Boujrouf (2000) montrent ainsi que les périmètres de mobilisation locale et associative ne sont pas pris en compte dans les périmètres de gestion administrative, ce qui limite fortement « l'innovation par le bas », par les associations (Boujrouf 2005 (1), p. 11). Fauvel et Vanier montrent que la logique de participation est concurrencée et fragilisée par la « logique de concession », par laquelle un grand projet de développement est concédé à un acteur privé, sur un périmètre déterminé non pas en concertation avec les acteurs locaux mais par les acteurs politiques nationaux. Pour Planel, les démarches dites participatives cachent la permanence d'un système de gestion territoriale très centralisé. Elles serviraient, selon Guyetant-Fauvel (2009), à imposer des politiques toujours définies à l'échelon national, au prétexte que les populations ont été sensibilisées à tel ou tel enjeu. La critique principale adressée aux politiques de développement durable appliquées dans les marges au Maroc porte sur le manque de considération qu'elles accordent aux sociétés montagnardes, alors même qu'elles prônent leur participation.

Une insuffisante prise en compte des spécificités culturelles locales

D'autres auteurs, géographes et anthropologues, critiquent les politiques publiques menées en montagne parce qu'elles ne prennent pas assez en considération les spécificités culturelles locales (Auclair, Simenel, Alifriqui, Michon 2010 ; Bourbouze 1997, Fray 1986, Romagny, Auclair, Elgueroua 2008). Ils montrent que l'échec des

[31] Ces critiques s'inscrivent dans le champ des recherches réalisées en géographie politique sur les formes innovantes de constructions territoriales (Antheaume et Giraut 2005, Giraut 2006 et 2009 (1), Giraut et Vanier 1999), en particulier dans les marges (Antheaume et Giraut 2002, Giraut 2009 (2)). Elles font le constat d'une complexité territoriale croissante et de la profusion des périmètres d'intervention et de mobilisation institués par de nouveaux acteurs, associatifs notamment. Elles montrent la fréquente incapacité des structures institutionnelles à travailler en coordination avec les acteurs de la société civile, à maitriser un processus d'« ONGisation » qui laisse craindre une fragmentation territoriale (Antheaume et Giraut 2005, p. 34).

politiques de protection de l'environnement des montagnes marocaines, visibles à l'accroissement de la pression sur les ressources naturelles, tient à une insuffisante prise en compte des savoir-faire coutumiers en matière de gestion des ressources naturelles, malgré l'intention affichée dans les politiques publiques de vouloir favoriser une approche participative pour la gestion durable de ces ressources, et malgré l'efficacité des systèmes de gestion communautaires en matière de protection de ces ressources, qu'ils s'attachent à prouver[32].

Plus généralement, Ahmed Bellaoui (2000) critique l'adoption de modèles de développement exogènes, non adaptés au contexte marocain. Il dénonce « le transfert pur et simple dans les sociétés non industrialisées et dites traditionnelles, des rôles et fonctions des institutions issues des sociétés industrielles dites modernes ». Il pose la question du « transfert ou de la transposition des modèles et donc de leur adaptabilité » et « la question de l'uniformisation des stratégies de développement sans aucune conformité avec les conditions spécifiques de chaque pays » (p. 28). Il prône, contre l'importation brute de modèles de développement, une réflexion collective autour d'un projet adapté aux cultures locales.

Une vision essentialiste des identités

Dans ces recherches, les identités sont souvent comprises comme des structures intemporelles que des éléments externes viendraient endommager et au travers de systèmes d'opposition : culture « occidentale » versus culture marocaine, culture « moderne » versus culture « traditionnelle ». Les cultures montagnardes sont conçues comme des cultures traditionnelles devant être protégées des agressions extérieures et des politiques de développement telles qu'elles sont actuellement appliquées, véhiculant des cultures modernes, occidentales, qui risquent de les endommager.

Cette conception des identités, sur laquelle repose les recherches qui se focalisent sur les impacts négatifs du tourisme sur les identités dans les montagnes marocaines, me semble induire une lecture trop méfiante et simplificatrice du tourisme. Elle conduit à concevoir le tourisme comme le véhicule de la culture occidentale et de la modernisation, comme un élément exogène, qui risque de

[32] Ils montrent également les limites de ces savoir-faire traditionnels. Bourbouze relève ainsi les faiblesses du système de l'*agdal*. Le terme désigne un mode de gestion communautaire caractérisé par la mise en défens des ressources au sein d'un territoire délimité. Mais il est souvent employé, comme chez Bourbouze, pour parler de l'*agdal* pastoral. Il désigne alors un pâturage commun soumis à des mises en défens saisonnières.

perturber la culture locale dite traditionnelle. Cette perspective passe sous silence les actions mises en œuvre par les acteurs locaux pour se réapproprier les cultures et les identités véhiculées par le tourisme. Pour la dépasser, et reconsidérer le rôle joué par ces acteurs, il convient de s'appuyer sur les recherches qui abordent le couple tourisme-identités dans les Atlas en termes de « ressources ».

II. Le tourisme, ressource identitaire dans les Atlas

Quelques géographes et anthropologues ont abordé le couple tourisme-identités dans les Atlas en termes de « ressources ». Leurs travaux, tous très récents, renvoient à des recherches anthropologiques sur les identités dans les marges - qui considèrent les identités comme des construits sociaux évolutifs et abordent les identités berbères au prisme d'approches postcoloniales et post-nationales - qu'elles gagneraient à mobiliser plus explicitement.

1. Des études dans la lignée du paradigme des ressources

Ces travaux analysent la variété des acteurs et des stratégies qu'ils mettent en œuvre en mobilisant des identités dans leurs projets touristiques.

La mise en tourisme des patrimoines, levier de développement territorial

Un premier type de recherches s'intéresse à la mobilisation des identités à travers des projets de valorisation touristique du patrimoine, mis en œuvre par des acteurs externes ou locaux, pour en faire des leviers de développement territorial.

La valorisation des patrimoines dans les politiques touristiques

Des études ont été réalisées en économie territoriale sur le processus de mise en place de Pôles d'Economie du Patrimoine » (PEP) par la Direction de l'Aménagement du Territoire du Royaume du Maroc (DAT), dans le but de valoriser, dans les espaces ruraux marginalisés, les multiples spécificités locales de ces espaces et d'en faire des atouts du développement[33]. *In fine*, le principe des PEP n'a

[33] La démarche a été initiée par la DAT et s'est appuyée sur une procédure initialement mise en œuvre en France, dans les années 1990, par la Délégation interministérielle à l'Aménagement du Territoire et à l'Attractivité Régionale (DATAR). L'objectif des PEP en France était de créer des projets de développement à partir d'objets et de pratiques patrimoniaux divers, dans un territoire cohérent, autour d'un thème fédérateur. Au Maroc, des géographes de Fès et de Grenoble ont participé à la réalisation d'une étude préalable à la mise en place de deux PEP dans la région Tadla-Azilal, dont un situé dans le Haut Atlas central. Leur travail a donné lieu à la réalisation de rapports (Jennan et Landel 2006 et 2007), d'une thèse (Senil 2011) et d'un article

pas été retenu par le Maroc. Les études préalables réalisées sont néanmoins précieuses. Elles relèvent les obstacles à la valorisation du patrimoine, parmi lesquels : le fait que les projets sont réalisés « par le haut », par les autorités et des experts étrangers ; le fossé entre les souhaits et les visions des responsables politiques, ceux des porteurs de projets patrimoniaux, souvent étrangers, et ceux des habitants et des ayants-droits, peu consultés et impliqués dans les décisions ; l'absence de conscience patrimoniale des habitants, en quête de modernité plus que de mémoire, dans un contexte de pauvreté persistante ; le caractère sectoriel et ponctuel des initiatives menées par des acteurs locaux, à cause du manque de moyens financiers et humains et de la difficile émergence de la société civile ; le manque de collaboration entre les acteurs du tourisme patrimonial et ceux du tourisme sportif, *etc*. Finalement, elles relativisent le fait que le patrimoine puisse être, dans le contexte actuel, une ressource territoriale plus que le tourisme sportif, développé dans le Haut Atlas central depuis les années 1980.

Ces études, en soulignant les enjeux identitaires du tourisme patrimonial, invitent à faire une lecture du développement des montagnes marocaines en termes culturels. Pour Nicolas Senil et Brice Julien (2013), le tourisme patrimonial aurait plus d'effet que le tourisme sportif sur les identités des lieux et des habitants, car il les vend et les expose plus directement. Ces auteurs invitent à approfondir la dimension identitaire de la ressource patrimoniale et territoriale, à voir de manière plus précise comment les identités sont mobilisées dans les projets de tourisme patrimonial et quels sont les effets de ce tourisme sur les identités. Senil et Julien disent se pencher sur les impacts socioéconomiques du tourisme patrimonial car ils sont attendus par les habitants, dans un contexte de marginalisation, et soulignent les limites de ces impacts. Il convient d'analyser également les effets identitaires du tourisme patrimonial, car ils sont, j'en fais l'hypothèse, plus importants que les effets socioéconomiques.

---

sur la vallée des Aït Bouguemez (Senil et Julien 2013). La démarche a consisté, dans un premier temps, à réaliser un diagnostic des ressources disponibles, à travers un inventaire des objets déjà considérés comme du patrimoine ou qui pourraient l'être, des projets de valorisation (notamment touristique) du patrimoine en cours et des acteurs de ces projets qui seraient susceptibles d'en réaliser. L'idée était de révéler les ressources patrimoniales exploitées localement et celles qui pourraient l'être, pour, dans un deuxième temps, proposer un thème transversal susceptible de renforcer les synergies créatrices d'activités, ainsi qu'un plan d'actions pour la mise en place de pôles pilotes d'économie du patrimoine.

La valorisation touristique du patrimoine géologique : le géotourisme

D'autres auteurs focalisent leur attention sur le processus de valorisation touristique du patrimoine géologique, par des acteurs là encore exogènes. Nathalie Cayla et Mélanie Duval (2013) analysent l'émergence au Maroc d'une volonté d'en faire une nouvelle ressource touristique, destinée à diversifier les pratiques touristiques sportives et patrimoniales, et d'en faire une nouvelle ressource territoriale. Elles examinent différents projets de géotourisme, dont quelques-uns ont été réalisés en montagne. Elles constatent que ces projets sont menés « par le haut » : ils sont le fait d'associations militantes pour faire connaitre et comprendre les géosciences et d'équipes de scientifiques marocains et étrangers. Ils sont freinés par le manque de vision intégrée, la faible implication des autorités d'un côté et de la société civile de l'autre (même si des efforts sont faits pour la sensibiliser au patrimoine géologique), et par le manque de formation des acteurs touristiques sur ce patrimoine.

Cette étude, comme celles présentées précédemment, fait écho aux recherches (Skounti 2008 et 2010, Tebaa 2010) qui analysent la patrimonialisation comme un processus imposé « par le haut », par les organisations internationales et les instances nationales, de l'extérieur, par les touristes, les chercheurs étrangers, et peu produit par les communautés locales. Cette situation serait due au fait que la notion de « patrimoine » est une notion propre aux sociétés industrielles, importée au Maroc à la faveur de la colonisation puis de la mondialisation, et qui n'aurait pas d'équivalent dans la société marocaine.

La valorisation touristique des patrimoines par des acteurs associatifs locaux

Quelques auteurs focalisent leur attention sur les projets touristiques de valorisation du patrimoine réalisés « par le bas », par des acteurs associatifs. Ainsi, Bellaoui (2005) se penche sur les séjours proposés par l'Association des Amis du Zat, qui accueille des touristes étrangers dans des gîtes fabriqués par l'association en partenariat avec les villageois. Ce projet correspond au modèle du tourisme « alternatif » tel que l'envisage l'auteur : un écotourisme ou agritourisme, valorisant les patrimoines naturels et culturels locaux, s'adressant aux touristes amateurs de nature et curieux de découvrir les modes de vie locaux, un tourisme discret, en petits groupes, un tourisme solidaire et équitable qui permet la réalisation de projets de développement et œuvre ainsi à la réduction de la pauvreté. Ici, l'auteur présente un projet qu'il juge exemplaire sans adopter, à mon sens, un point de vue suffisamment critique: il n'analyse pas la façon dont ce projet se positionne par rapport aux autres projets touristiques existant dans la vallée et

s'insère dans les jeux d'acteurs locaux. Il n'analyse pas les effets réels de ce projet, ni en termes socioéconomiques, ni en termes de jeux d'acteurs, ni en termes culturels. Il convient donc d'approfondir l'analyse de tels projets de tourisme patrimonial, pionniers car menés par des acteurs localisés, et d'en mesurer les effets notamment au plan identitaire.

Le tourisme comme ressource identitaire et sociopolitique

D'autres auteurs se sont penchés sur des projets touristiques dans lesquels sont mobilisés des référents identitaires de genre et ethniques, pour soutenir l'affirmation de groupes d'acteurs.

L'affirmation d'une identité féminine à travers le tourisme

Les recherches réalisées sur le renforcement des identités féminines à travers des projets touristiques menés dans les marges sont peu nombreuses. Deux études, celle réalisée par Rachele Borghi et Fatima El Amraoui (2006) dans le village d'Hassilabiad, dans le Nord-Est marocain, et celle de Wafaa Tizza (2012), dans la vallée des Aït Bouguemez, peuvent être citées. Elles portent sur des associations et coopératives féminines et sur la façon dont elles utilisent le tourisme comme moyen d'émancipation, la vente aux touristes de produits artisanaux et agricoles qu'elles fabriquent leur permettant de réaliser des projets servant cet objectif (ouverture d'une crèche gratuite, de cours d'alphabétisation, ou équipement du village en eau potable, pour éviter aux filles les corvées d'eau). Les auteures arrivent aux mêmes conclusions : d'un côté, le tourisme permet aux femmes de s'affirmer en tant que groupe, et, de l'autre, il est insuffisant pour changer véritablement le statut des femmes. Dans la lignée de ces recherches, l'ambivalence des constructions identitaires féminines liées à l'activité touristique mérite d'être approfondie, de même que le lien entre revendications identitaires sur la base du genre et revendications identitaires sur la base de l'ethnie, la berbérité, encore peu exploré.

L'affirmation d'une identité autochtone à travers le tourisme

Dans la même veine, des chercheurs analysent comment des acteurs locaux mobilisent, à travers leurs projets touristiques, des identités « autochtones » pour soutenir leurs revendications identitaires et politiques. Corinne Cauvin Verner (2007 et 2008) analyse comment les guides de la tribu des Nwaji, une tribu *sahraouie* de la région de Zagora et de Mhamid, mobilisent l'« autochtonie » dans leurs discours et leurs pratiques touristiques. Ils adoptent la tenue de l'« homme bleu », mettent en avant l'origine nomade de la tribu, et ne détrompent pas les

touristes qui les présentent comme des Touarègues ou des Berbères, bien qu'ils ne soient ni l'un ni l'autre. Certains s'identifient explicitement aux Touarègues pour pouvoir se revendiquer « peuple autochtone ». Ils ne se revendiquent pas *Sahraouis*, ceux-ci bénéficiant d'une mauvaise image à cause du conflit du Sahara occidental. Leur objectif, en mobilisant les identités touarègue et autochtone, est d'obtenir une reconnaissance à l'échelle locale, dans un contexte où la tribu forme une minorité arabophone de dialecte *hassaniya* dans un territoire dominé par la confédération de tribus berbères des Aït Atta, et surtout à l'échelle nationale, en tant que minorité stigmatisée par l'Etat marocain, pouvant légitimement réclamer des droits spécifiques. Le tourisme permet donc, selon l'auteur, de porter des revendications politiques.

Le tourisme comme branchement

Certaines des recherches précédemment citées analysent implicitement ce qui se joue dans les projets touristiques mobilisant des identités à des fins identitaires et sociopolitiques en termes de « branchement ». Mohamed Berriane, Sanaa Nakhil (2011) et David Goeury (2011) analysent comment des acteurs touristiques locaux (situés dans le premier cas dans l'arrière-pays d'Essaouira et dans le second cas à Zaouïat Ahansal, dans le Haut Atlas central) se connectent à la mondialisation, au système-monde, en travaillant en partenariat avec des touristes, des associations et de petits investisseurs privés étrangers ou issus de l'émigration, et comment ces acteurs mobilisent des représentations occidentales qui les valorisent. Dans l'arrière-pays d'Essaouira, les acteurs mobilisent des représentations qui valorisent ce qui est « traditionnel ». Dans le cas de Zaouïat Ahansal, les acteurs mobilisent des représentations qui valorisent l'enclavement, conçoivent la vallée comme un paradis agraire, le vestige d'un âge d'or préindustriel révolu (alors qu'à l'échelle nationale, la vallée est un symbole du sous-développement). Les auteurs étudient les effets de la mobilisation par les acteurs touristiques locaux des ressources mondialisées que constituent les réseaux d'acteurs et les représentations qui circulent à l'échelle mondiale. Selon eux, ces ressources permettent un développement inégal, concernant principalement les acteurs touristiques, et entrainent des tensions entre ces acteurs et les administrations, qui acceptent mal que des acteurs transnationaux réalisent des actions de développement sans l'Etat. Les effets de ce processus de branchement sur les identités, qui ne sont pas spécifiquement interrogés ici, mériteraient de l'être.

Cette dimension identitaire est en revanche au cœur des recherches réalisées par Cauvin-Verner. Elle montre comment des guides *nwaji* mobilisent l'imaginaire occidental des Touarègues, des « hommes bleus » et la catégorie globalisée des « peuples autochtones », utilisée par l'ONU, pour bénéficier d'une image internationale positive, faire connaitre des revendications politiques à l'international et, ainsi, faire pression sur l'Etat marocain, afin qu'il accorde davantage de reconnaissance aux *Nwaji*. L'auteure invite à approfondir l'analyse des stratégies de branchement, sur des réseaux d'acteurs et sur des référents identitaires mondialisés, menées par les acteurs touristiques dans les marges, et à mesurer plus précisément les effets politiques de leurs stratégies.

2. Les identités dans les marges : lecture par la « ressource »

Ces recherches, qui abordent le couple tourisme-identités en termes de « ressource », renvoient à des travaux anthropologiques qui analysent les identités dans les marges marocaines au prisme des théories post-nationales et postcoloniales. Elles pourraient tirer davantage profit de celles-ci en les mobilisant plus systématiquement.

Approches interactionnistes et post-nationales des cultures rurales

Elles s'inscrivent d'abord dans la lignée des anthropologues travaillant sur les sociétés des marges et sur l'évolution de leurs identités collectives.

Des structures sociales et des identités collectives qui évoluent

Les anthropologues qui ont travaillé sur les sociétés rurales au Maroc se sont attachés à identifier les structures sociales et les organisations territoriales qui leur sont associées, qui font la singularité et la continuité de ces sociétés. Dans son travail sur la tribu des Seksawa, une tribu *chleuhe* du Haut Atlas, Jacques Berque (1978 [1955]) identifie une organisation sociopolitique élémentaire en confédérations de tribus, en tribus et en sous-groupes agnatiques (fondés sur la parenté), qui correspondent à la division des terroirs. Au fur et à mesure de ses recherches (1974), il constate que ces structures ne sont ni figées ni refermées sur elles-mêmes mais qu'elles incorporent des éléments de provenance extérieure et qu'elles connaissent des tensions permanentes entre forces de dispersion, de morcellement et forces de structuration. Il montre que les sociétés rurales du Maghreb connaissent des évolutions, sous l'effet de la colonisation et des *caïds*, puis de l'exode rural et de l'influence croissante des modes de vie urbains, et que le « fond berbère » ne cesse de faire des transactions avec le droit musulman, le droit

européen, la culture venue de l'orient, la culture urbaine et la culture occidentale. Cependant, il se focalise sur la façon dont les structures résistent au temps et aux évolutions imposées de l'extérieur. Ce faisant, il donne la primauté aux permanences.

A partir des années 1990, les anthropologues donnent plus d'importance aux mutations qui affectent les sociétés du Haut Atlas. Ali Amahan fait partie d'une génération qui entend insister sur la capacité des sociétés rurales à évoluer sans subir ce que lui impose l'extérieur, mais en choisissant soit d'incorporer, d'adapter des éléments extérieurs, soit de les rejeter, de leur résister. Dans son ouvrage sur les Ghoujdama (1998), il décrit un monde structuré par la parenté qui s'efforce d'utiliser les facteurs de changement (la modernité, l'emprise croissante de la culture urbaine, l'émigration, la scolarisation), d'endogénéiser des éléments au départ exogènes, pour qu'ils renforcent les structures sociales communautaires. La recherche de Romain Simenel sur la tribu des Aït Bra'amran (2010 (2)) s'inscrit dans cette perspective. Il analyse la façon dont les sociétés se définissent non en réaction face à l'extérieur mais en lien avec l'extérieur. Il montre que les Aït Bra'amran conçoivent leur origine comme étant renouvelée par l'intégration d'étrangers, dans les espaces frontaliers. Il souligne ainsi l'importance de l'Autre dans la définition de soi. D'autres auteurs (Jamous et Bourquia 2008) réfléchissent plus explicitement en termes d'« identités ». Leurs recherches portent sur la manière dont les communautés locales reconstruisent leur identité en référence à l'altérité et à d'autres espaces. Ils analysent comment le contexte de mondialisation, qui rend l'Autre omniprésent, participe à la redéfinition des identités locales.

Les approches anthropologiques des sociétés rurales marocaines ont schématiquement évolué d'une conception de la « culture » comme structure, fondement d'un système sociopolitique basé sur l'équation une culture = une communauté = un territoire, perdurant dans le temps par-delà les évolutions, à une conception de l'« identité » comme construction complexe, plurielle, évolutive, définie en interaction avec l'Autre, avec des limites spatiales plus fluctuantes. Une telle approche constructiviste des identités dans les marges permet de dépasser des conceptions fixistes de l'identité qui risquent d'essentialiser la différence. Elle permet également, dans l'esprit des approches post-nationales des identités, de concevoir celles-ci comme définies en référence à des territoires d'échelles variées et non uniquement à l'échelle du territoire tribal « traditionnel ».

Les structures sociales, ressources pour un développement approprié

Dans le champ des recherches réalisées sur le développement des espaces ruraux, certains anthropologues et sociologues, tels Ali Amahan (1998) et Fatima Mernissi (1998), se sont efforcés de montrer que les structures traditionnelles telles que la *jemaâ* (l'assemblée villageoise) constituent des ressources potentielles pour la mise en œuvre d'un développement adapté aux cultures rurales. Selon Mernissi, la création des associations de développement dans les villages doit s'inspirer du fonctionnement des *jemaâ* et les membres des associations doivent travailler en collaboration avec les membres des *jemaâ*, afin de ne pas créer de tensions dans les villages. Sans ignorer les travaux qui remettent en cause le caractère démocratique de la *jemaâ* (Bouderbala 2007, Hammoudi 2001 [1977], Naciri 2007, Pascon 1983 [1977]), Mernissi pense que celle-ci constitue un patrimoine socioculturel que les associations doivent faire fructifier, dans des stratégies de modernisation[34]. Elle voit la *jemaâ* comme un système basé sur la solidarité, approprié par les populations (ce qui garantit leur adhésion aux projets de développement portés par les associations), à moderniser en élargissant la participation, en incluant les nouvelles élites, c'est à dire les personnes originaires de la campagne qui ont émigré à l'étranger ou en ville, car ils apportent des financements et des savoirs techniques indispensables au montage des projets.

Ces recherches conçoivent les savoir-vivre communautaires comme un héritage pouvant faire l'objet d'une modernisation, pour servir l'invention de modèles de développement appropriés localement et adaptés à la culture locale[35]. Elles

---

[34] A la suite de Mernissi, des anthropologues (Roque 2004 (2)) et des géographes (Aderdar 2009, Gebrati 2004, Lacroix 2005) se sont penchés sur les associations dans les milieux ruraux et en particulier sur les associations de services, dont la vocation est de tenter de répondre aux besoins des populations en termes économiques et sociaux, insuffisamment pris en charge par l'Etat. Ils s'interrogent sur le caractère démocratique des associations, perçu comme la condition de la contribution des associations au développement. Ils soulignent, au contraire de Mernissi, les limites de la dimension participative des associations. Elles resteraient élitistes, à cause du manque chronique de cadres formés et de l'encouragement donné par l'Etat à la mainmise des élites traditionnelles sur les associations, pour mieux les contrôler.

[35] Ces recherches rappellent le positionnement de politologues et d'économistes tels que Gilbert Rist et Serge Latouche. Ils expliquent les échecs des politiques de « développement » par le manque d'universalité de ce modèle. Pour Rist, « la prétendue neutralité culturelle du développement n'existe pas. […] Le développement n'est que la réalisation du projet culturel spécifique de l'occident » (1998, pp. 59-61). Ce modèle renvoie à une vision occidentale du mieux-être qui n'est pas forcément partagée ailleurs. Pour Latouche (1998), dans la pratique, les cultures autres que la culture « occidentale » n'adoptent pas les mesures préconisées par les organisations internationales mais les adaptent et inventent de nouveaux modèles, qui constituent moins un développement alternatif que des alternatives culturelles au

invitent à comprendre la culture comme une ressource potentielle de développement, mobilisable par les sociétés locales pour lutter contre la marginalisation, et à envisager les sociétés locales comme capables d'inventer des manières de rechercher le mieux-être en s'appuyant sur leur propre culture. De la sorte, elles permettent de dépasser les approches opposant la culture occidentale exogène imposée et des cultures endogènes menacées. Néanmoins, elles se focalisent sur la mobilisation de la culture et des identités par les associations de développement à des fins socioéconomiques et non en même temps à des fins identitaires. Il convient donc d'étudier les stratégies socioéconomiques et aussi identitaires mises en œuvre par les associations de développement en milieu rural. Pour cela, deux champs de recherches sur les identités dans les marges peuvent être mobilisés : le premier se penche sur les identités « berbères », le second sur les identités « *amazighes* ».

Approches déconstructivistes postcoloniales de la berbérité

Le champ des études sur la « berbérité » mériterait d'être exploité dans les recherches sur le tourisme et les identités dans les Atlas.

Les réticences actuelles des géographes à parler de la berbérité

La géographie a joué un rôle important dans la mise en place de l'équivalence entre le berbère et le montagnard, à l'époque coloniale. Suivant une conception géographique imprégnée de naturalisme, les géographes associaient à un milieu naturel singulier une ethnie singulière, et ils comprenaient les caractéristiques humaines comme liées aux caractéristiques biophysiques. Dans le cas du Maroc, ils ont associé les traits identifiés comme ceux des Berbères aux caractéristiques de leur environnement montagnard. Jean Célérier opposait ainsi « les groupes qui se laissaient amollir par l'influence de la plaine, par la soumission à l'ordre makhzen, donc par l'arabisation » aux « tribus insoumises, [des berbères] entraînés par la dure existence de la montagne [qui] sont des guerriers-nés » (Célérier 1938, cité par Debarbieux et Rudaz 2010, p. 179).

Après la période coloniale, la berbérité a fait l'objet d'une attention prudente de la part des géographes. Rares sont actuellement ceux qui abordent les dynamiques identitaires dans les montagnes et qui les abordent au prisme de la berbérité. En

---

développement et qu'il invite à étudier. Cette proposition de recherche me semble pouvoir s'appliquer utilement aux projets de développement touristique menés dans les Atlas qui mobilisent les identités locales. Mernissi se situe dans la lignée de cette proposition.

effet, ils cherchent à se démarquer du rôle qu'a pu jouer la géographie dans la construction de l'équivalence berbérité-montagne et dans la mise en œuvre de politiques coloniales basées sur l'ethnie, qu'ils récusent. S'ils n'attribuent pas la responsabilité des politiques coloniales aux géographes de la période coloniale (ils montrent qu'ils ont été influencés par les politiques coloniales et non l'inverse[36]), ils « gardent en mémoire le souvenir de l'instrumentalisation de la géographie par le pouvoir colonial » (Debarbieux et Rudaz, 2010, p. 270). Ils produisent peu de travaux sur les identités parce qu'ils redoutent l'instrumentalisation politique de leurs travaux. Ils se retrouveraient probablement dans les mots de Berque lorsqu'il écrit : « la science et l'action ont tellement gâché le nom des Berbères qu'aujourd'hui sa seule mention appelle des réserves » (Berque 1962, p. 111). Cela a conduit certains à déconstruire l'identité berbère pour montrer qu'elle est une construction politique coloniale.

La déconstruction de l'identité berbère fabriquée à la période coloniale

Quelques travaux de géographie politique, qui désignent la responsabilité des politiques publiques dans la marginalisation des montagnes, abordent et dénoncent la logique ethnique des politiques territoriales coloniales. Boujrouf (2001, p. 141) évoque « le déterminant ethnique » pour parler de la fabrication, à l'époque du Protectorat, de représentations politiques faisant des montagnards un peuple connu pour sa « force guerrière », et de la montagne « un espace rebelle et refuge », ces représentations justifiant une politique de ségrégation entre « plaine arabe » et « montagne berbère », et une politique de contrôle de la montagne. Naciri s'attache lui aussi à montrer que la partition du pays entre un Maroc développé, dans les régions civiles, et un Maroc exclu de la modernisation, sous contrôle militaire, était basé sur le principe de la « dualité ethnique de la population » (Naciri 1999, p. 18).

Des historiens ont entrepris de montrer de manière plus systématique que l'invention de la berbérité et de l'équivalence berbérité-montagne est à mettre en rapport avec le projet colonial et d'identifier, pour les déconstruire, les traits identitaires attribués alors aux Berbères. Charles-Robert Ageron (1976), Gilles Lafuente (1999) pour le Maroc et Jean-François Guilhaume (1996) pour l'Algérie

[36] Naciri (1999) montre comment l'administration coloniale a instrumentalisé les travaux de Robert Montagne (1930). Celui-ci élabora une théorie de l'organisation berbère en petites républiques, à partir d'études réalisées dans le Souss, et l'étendit à d'autres ensembles berbères. Selon Naciri, l'administration vit dans cette étude la confirmation qu'il y avait une spécificité berbère et le moyen d'avaliser sa politique dualiste.

montrent comment, à l'époque coloniale, sont objectivés deux groupes présentés comme homogènes et antagonistes, selon des critères ethniques, religieux, racialistes et géographiques : les Berbères étaient perçus comme un peuple peu attaché à la religion musulmane, hostile à la loi coranique, démocratique, à l'esprit indépendant, tandis que les Arabes faisaient figure de peuple fanatique et despotique. Les traits physiques attribués aux Berbères (leur grande taille, leurs cheveux, leurs yeux et leur teint clairs) étaient mis en rapport avec leur supposée origine européenne, par différence avec les Arabes, originaires de la péninsule arabique. Les Berbères étaient identifiés comme les habitants de l'intérieur des terres et les Arabes comme ceux des villes et des plaines. Les auteurs qualifient ce système d'oppositions de « mythe colonial » pour souligner que, loin de correspondre à une quelconque réalité culturelle ou géographique, il était destiné à accentuer les antagonismes internes, selon le principe du « diviser pour régner ».

La dénonciation de la stigmatisation continue de la berbérité

Nombre de travaux effectués en histoire, en anthropologie et en sociologie politiques étudient comment, à l'indépendance du Maroc, en 1956, la composante berbère de l'identité marocaine a continué à être stigmatisée, au nom d'une conception de la Nation consacrant la composante arabe. Gilbert Grandguillaume (1983) montre ainsi les choix politiques qui ont été faits en faveur de la langue arabe (l'adoption en 1962 d'une Constitution qui reconnait comme seule langue officielle l'arabe, puis d'une politique d'arabisation de l'enseignement, de l'administration et des médias). Pierre Vermeren (2011) interprète ces choix comme une volonté de défier le colonialisme et ses projections berbérophiles. Mohamed Othman Benjelloun (2002) comprend quant à lui le triomphe de la composante arabo-musulmane comme l'adoption paradoxale du modèle de la Nation de l'ancien colonisateur, un modèle fondé sur une « hantise unitaire », sur l'idée d'indivisibilité, sur un modèle jacobin qui ne reconnait pas les particularismes régionaux et linguistiques.

D'autres auteurs montrent comment, après l'indépendance, toute opposition à la monarchie d'inspiration identitaire a été étouffée. Pour Rémi Leveau (1985), les souverains ont fait en sorte, pour neutraliser les nationalistes des villes et s'assurer le soutien du monde rural, d'intégrer les élites rurales berbérophones au système politique. D'autres analysent comment la stigmatisation politique de la berbérité a entraîné la stigmatisation sociale des ruraux. El Katir Aboulkacem (2006) parle de la berbérité comme d'une identité dévalorisée, donc insupportable et inavouable. Il évoque le malaise ressenti par les Berbères face au mépris manifesté à l'égard de

leur langue et à l'égard de leur origine identifiée comme rurale (ce mépris se traduisant par le sobriquet « bledard »). Il montre comment les représentations populaires retiennent une image passéiste et condescendante de la berbérité, l'associant à une ruralité perçue comme archaïque et arriérée. Cette recherche montre que la berbérité n'est plus assimilée à la montagne aussi grossièrement qu'elle pouvait l'être à la période coloniale, mais qu'elle est assimilée plus largement à la ruralité.

Ces recherches s'attachent donc à déconstruire la berbérité et la correspondance faite entre berbérité et montagne pour en dénoncer leurs origines coloniales, et pour souligner la continuité de politiques et de représentations qui stigmatisent les Berbères et continuent de les relier à la montagne ou, du moins, aux espaces ruraux. En même temps, elles s'efforcent de déconstruire l'identité marocaine telle qu'elle a été construite politiquement, à l'Indépendance, et ses présupposés unitaristes.

La berbérité, une identité plurielle

Les sciences sociales présentent les identités berbères comme une construction fondamentalement hétérogène, faite d'emprunts multiples, de façon à démystifier la représentation, héritée de la colonisation, d'un groupe homogène[37]. Les travaux anthropologiques les plus récents (Chaker 1989, 2006 et 2008) présentent le phénomène berbère comme étant diffus dans la société, en mettant en avant le processus continu de métissage que connait la société marocaine depuis la conquête arabo-musulmane. Ils montrent que l'interpénétration des cultures amazighe et arabe rend vaines et largement contestables les tentatives pour catégoriser des populations selon des critères ethniques, et s'attachent à montrer que le phénomène berbère est diffus dans l'espace, en réfutant le lien établi entre berbérité et montagne, et en valorisant la présence dans les villes de populations berbérophones.

Les apports d'une approche déconstructiviste et postcoloniale de la berbérité

Ces recherches sont utiles pour aborder le couple tourisme-identités en termes de ressources, d'une part car elles permettent de comprendre la mobilisation d'identités « berbères » dans les Atlas par des acteurs associatifs locaux, parmi

[37] Elles s'opposent en cela à la tentation de Gabriel Camps (1980, 1995) ou Jean Servier (1990) de vouloir identifier les points communs aux groupes berbères du Maghreb, le premier évoquant les « permanences berbères » et le second proposant de définir les invariants d'une « civilisation berbère ». Ces auteurs sont pourtant conscients de l'impossibilité d'une telle tâche, au vu de la diversité des origines des Berbères et du caractère composite du groupe.

lesquels des acteurs touristiques, à des fins socioéconomiques et également identitaires. D'autre part car elles adoptent une conception constructiviste des identités et un positionnement postcolonial : elles s'efforcent de déconstruire les représentations actuelles de la berbérité héritées de la période coloniale (soit les identités sociales imposées) et les rapports de pouvoir néocoloniaux qu'elles sous-tendent (en montrant comment la berbérité est utilisée par le pouvoir central, y compris après la colonisation). Un tel positionnement sera utile pour analyser la création et la diffusion d'imaginaires touristiques des « Berbères » par le pouvoir central et par les acteurs touristiques, à la période coloniale, et pour analyser les enjeux de pouvoir que sous-tendent la diffusion, continue depuis la colonisation, de ces imaginaires touristiques.

Approches subalternes et post-nationales du mouvement *amazigh*

Un dernier champ de recherches anthropologiques sur les identités dans les marges mériterait d'être exploité pour l'analyse du couple tourisme-identités. Il porte sur le « mouvement *amazigh* » au Maroc[38].

Les revendications amazighes au Maroc : un nouveau champ de recherches

La mobilisation de ce champ de recherches est novatrice dans le sens où, jusqu'ici, aucune recherche n'a été réalisée sur les liens existant entre les revendications *amazighes* et l'activité touristique, car peu de géographes se sont intéressés aux identités revendiquées actuellement dans les montagnes. En anthropologie aussi les revendications *amazighes* n'ont que tardivement fait l'objet d'une attention, et elles suscitent encore la méfiance. Certains chercheurs, tels qu'Aderghal et Simenel (2012), sont notamment réticents vis-à-vis des revendications « autochtones ». Ils s'attachent à les déconstruire en mettant en avant le fait que les sociétés rurales marocaines ne construisent pas leur identité en référence à un territoire bien délimité et à une occupation ancienne de ce territoire. Pour eux, ce sont les politiques coloniales qui ont identifié des communautés soi-disant originelles, ayant un ancrage territorial. Ils voient dans l'autochtonie une reconstruction

[38] Le « mouvement *amazigh* » désigne l'ensemble des acteurs, essentiellement associatifs, qui militent pour la cause *amazighe*. Pour l'aborder, je m'appuie sur des travaux que j'ai publiés dans plusieurs articles, qui portent sur les revendications identitaires au « printemps marocain » (*L'Espace politique*, 2012), sur les revendications autochtones (*Espaces populations sociétés*, 2012), sur les associations *amazighes* et la mobilisation de l'identité dans les milieux ruraux (à paraitre dans un ouvrage collectif aux éditions Bouchène) et sur la réinvention des identités locales dans les montagnes à travers la mobilisation de réseaux *amazighs* transnationaux (à paraitre dans un ouvrage collectif chez Actes Sud).

politique sans profondeur historique. Et ils relaient l'idée selon laquelle ce type de revendication risque d'encourager l'ethnicisme. De mon point de vue, ce positionnement représente les travers d'une approche déconstructiviste poussée à bout. En effet, les auteurs se concentrent sur les revendications *amazighes* les plus radicales, occultant la diversité du mouvement *amazigh* et accentuant l'image radicale du mouvement, alors qu'il ne l'est pas forcément. De plus, elle légitime la « réalité » ethnologique et délégitime les revendications d'ordre politique. A mon sens, le chercheur ne peut éluder celles-ci et il doit les considérer comme une facette de la réalité vécue par certains membres des sociétés rurales.

Les recherches sur le mouvement amazigh et la montagne

Le champ des recherches sur le mouvement *amazigh* invite à dépasser les réticences de certains chercheurs à l'égard des revendications *amazighes*, à les considérer et à les comprendre. Mais sa contribution à l'étude des projets touristiques mobilisant les identités *amazighes* dans les montagnes n'est pas évidente. En effet, dans ces recherches, la montagne n'est abordée qu'à la marge : il n'existe pas de littérature portant spécifiquement sur le mouvement *amazigh* en milieu rural. De plus, les études qui proposent des typologies, succinctes, des associations (Ben Néfissa 2002 et 2004, Denoeux 2002, Ghazali 1991, Roque 2004 (1)), classent associations *amazighes* et associations de développement dans des catégories hermétiques. Elles présentent les associations amazighes comme des associations urbaines, défendant des causes culturelles ou politiques, travaillant sur des enjeux nationaux voire internationaux, et les associations de développement comme des associations du monde rural, focalisée sur les questions socioéconomiques, agissant localement. Ces typologies ne permettent pas d'aborder la mobilisation de l'identité par les différentes catégories d'associations ni d'aborder le mouvement *amazigh* en milieu rural. Enfin, les études parues suite au « printemps arabe », au mouvement de contestation qui a secoué le Maroc à partir de février 2011, n'évoquent que rarement ses logiques identitaires. Les auteurs qui accordent de l'intérêt aux revendications *amazighes* montrent pourtant les enjeux politiques de celles-ci[39]. Certains auteurs étudient la façon dont les associations *amazighes* ont participé aux manifestations qui ont eu lieu dans les villes marocaines du printemps à l'automne 2011. Baylocq et Gransci (2012, p. 248) présentent le mouvement *amazigh* comme un « acteur incontournable de la

[39] Pour Stora (2011), elles témoignent de la volonté populaire d'une reconnaissance des droits des populations minorées politiquement. Pour Ben Néfissa (2011) et Deboulet et Nicolaïdis (2011), les revendications *amazighes* interrogent les fondements de l'unité nationale, notamment l'identité nationale arabo-musulmane.

contestation » et montrent comment leurs objectifs (culturels et linguistiques), rejoignent ceux des autres activistes (démocratiques). D'autres, enfin, évaluent les réponses politiques faites au « mouvement du 20 février » en termes d'identité : ils analysent les enjeux de la constitutionnalisation de l'amazighité (Aït Mous 2011). Mais dans ces recherches, le rural est peu présent. La montagne et le rural en général sont donc à la marge de la littérature scientifique sur le mouvement *amazigh*.

Pourtant, quelques travaux montrent que des associations *amazighes* ont été créées récemment dans les espaces ruraux, que la montagne constitue un référent identitaire de plus en plus mobilisé par les militants et cristallise certaines revendications.

Dans la sociologie qu'il dresse des militants, Terhi Lehtinen (2003) montre que le mouvement *amazigh* a été initié dans les années 1960 par des intellectuels implantés en ville. Le rural fait cependant parti du parcours des militants : ils en sont originaires. Stéphanie Pouessel (2006) identifie, à partir de la fin des années 1980, un mouvement parallèle d'internationalisation et de « ruralisation » du mouvement. De nouveaux réseaux associatifs *amazighs* apparaissent alors, en lien avec la diaspora *amazighe*. Leur fonctionnement reflète une dynamique d'internationalisation - ces réseaux ont des ramifications à l'étranger[40] – et d'ancrage local, à travers la multiplication des sections régionales et locales, notamment dans les régions rurales. Le mouvement devient donc plus populaire – il touche des enseignants, des fonctionnaires, des commerçants - et plus rural[41]. Finalement, deux types d'associations *amazighes* sont identifiés par Fadma Aït Mous (2006) et Laura Feliu (2004) : les associations nationales, porte-parole idéologiques, implantées en ville, et les associations locales, rurales, dont la fonction est de relier l'identité *amazighe* aux problèmes quotidiens des populations. Peu d'auteurs se sont penchés spécifiquement sur les secondes. C'est

[40] En 1987 est créée, par scission d'avec l'Association marocaine de la recherche et de l'échange culturel (AMREC), première association créée en 1967, l'Association Nouvelle pour la Culture et les Arts Populaires (ANCAP), qui devient Tamaynut en 1995. En 2002, des militants de Tamaynut créent le Réseau amazigh pour la citoyenneté (Azetta). En 1995 se tient la réunion fondatrice du Congrès Mondial Amazigh (CMA). Le CMA possède des sections dans les autres pays d'Afrique du Nord, en Europe et en Amérique du Nord. Tamaynut possède également des sections à l'étranger et est lui-même affilié au CMA.

[41] Dans les années 2000, la majorité des sections du réseau Tamaynut sont situées dans les petites villes et dans les régions rurales. De même, le réseau Azetta est animé par « des instituteurs issus d'une classe sociale moyenne voire privilégiée des milieux ruraux » (Pouessel 2010 (1), p. 117).

le cas de Didier Le Saout (2009). Il analyse la montée des revendications *amazighes* dans le Sud-Est du Moyen-Atlas et observe comment des populations villageoises, en collaboration avec des jeunes originaires de la région qui étudient à Agadir, ont recours à un registre d'action directe pour exprimer des revendications autant identitaires que socioéconomiques. Ces auteurs montrent que le mouvement *amazigh* est de plus en plus présent dans les marges.

L'internationalisation et la ruralisation du mouvement *amazigh* se sont accompagnées de la mobilisation par les militants de référents identitaires géographiques variés, parmi lesquels le référent « montagne ». Plusieurs travaux ont été consacrés à la mobilisation croissante du référent « autochtone », en lien avec la création des réseaux internationaux (Belhabib 2006, Bigi 2002, Cornwell et Atia 2010, Mazure 2007, Rachik 2006(1)). Ils analysent le sens donné par les militants à ce référent et les stratégies politiques qu'ils mettent en œuvre en l'utilisant. D'autres travaux se sont penchés sur l'attention renouvelée accordée par les militants aux dimensions régionales et locales de l'identité *amazighe* revendiquée[42], à la faveur de la ruralisation du mouvement. Les anthropologues se sont donc penchés sur la cohabitation de référents identitaires transnationaux, régionaux et locaux, mais ont accordé peu d'importance à la mobilisation du référent « montagne ». Des géographes (Debarbieux et Rudaz 2010) se sont intéressés à l'utilisation de ce référent par les militants de l'Association des Populations des Montagnes du Monde (APMM). Il leur permet de revendiquer les droits attribués aux montagnards par les Nations Unies, sans que cela entraîne la disparition des référents identitaires renvoyant à des échelles plus fines.

La montagne est également présente dans certaines revendications du mouvement *amazigh*. La plupart des revendications culturelles et politiques dépassent les montagnes en les englobant[43]. Certaines revendications socioéconomiques et

---

[42] Pouessel 2010 (2) souligne la vigueur de revendications régionalistes, dans le Rif et, dans une moindre mesure, dans le Souss. D'autres auteurs soulignent les différences régionales existant au sein du mouvement. Feliu (2004) différencie ainsi les associations du Souss, culturalistes, des associations du Rif et du Moyen Atlas, plus politisées et radicales. Le Saout (2009) montre que le militantisme dans le Sud-Est du Moyen-Atlas se structure autour d'une identité régionale : le nom donné à la coordination des associations du Sud-Est, les « Aït Ghirouch », renvoie à une identité tribale imaginée.

[43] Les revendications culturelles, défendues depuis le début du mouvement, concernent la protection et la valorisation de la culture populaire *amazighe*. Elles deviennent plus politiques à partir de la « charte d'Agadir » en 1991 puis du « Manifeste berbère » en 2000. Elles portent sur l'intégration de la langue *amazighe* dans les médias, l'enseignement et l'administration, la reconnaissance de l'identité *amazighe* dans la Constitution, et la création d'un institut soutenant

environnementales les concernent spécifiquement. Le Saout (2009) montre ainsi que, dans le Sud-Est du Moyen-Atlas, la mobilisation autour de l'amazighité vise avant tout à dénoncer la marginalisation socioéconomique et à revendiquer davantage d'attention de la part des pouvoirs publics et le droit pour les populations montagnardes de choisir leur modèle de développement et de gérer les ressources naturelles qui se trouvent dans leurs espaces de vie. Une requête concerne plus particulièrement les montagnes. Il s'agit de la demande faite par l'APMM d'une « loi montagne », d'un traitement spécifique pour les régions de montagne, sous la forme d'un plan de rattrapage initié par l'Etat et de fonds de solidarité susceptibles d'assurer une redistribution des richesses en faveur des communautés amazighes montagnardes. La montagne fait ainsi l'objet de demandes spécifiques de justice socio-spatiale.

Quelques travaux réalisés sur le mouvement amazigh au Maroc ont donc montré que la montagne émerge depuis peu comme un espace d'ancrage du mouvement *amazigh*, un référent identitaire mobilisé par les militants et comme l'un des objets de leurs revendications (figure 1).

---

les études berbères. Dans les années 2000 et notamment pendant le printemps marocain, le combat pour la reconnaissance de l'amazighité est englobé dans un combat plus large, pour la démocratie, la transparence, la monarchie parlementaire, la justice sociale, la reconnaissance de la diversité de la société marocaine. Certaines des revendications ont été satisfaites par Mohammed VI : instauration d'un Institut Royal de la Culture Amazighe (IRCAM), introduction d'un enseignement en langue amazighe à l'école et création d'une chaîne de télévision, la chaîne 8, où sont parlés les dialectes amazighs, reconnaissance constitutionnelle de l'amazighité en juillet 2011. Les chercheurs, comme les militants, demeurent critiques vis-à-vis de ces avancées (voir par exemple Aït Mous 2011 et Bennis 2011).

An	Evénements marquants du mouvement amazigh	Chronologie des principales décisions politiques prises en matière d'identité	Sociologie et géographie du mouvement	Types de Revendications	Types de référents culturels	Types de référents géographiques
1960	1967 Création de l'AMREC		Mouvement d'intellectuels urbains d'origine rurale	Culturelles	Culture populaire	Référent national : Etat marocain
1980	1987 Création de l'ANCAP (Tamaynut en 1995)		↓	↓	↓	↓
1990	1991 Charte d'Agadir 1995 Création du CMA	1994 Discours royal annonçant l'intégration du tamazight dans l'enseignement primaire		Politiques ↓	Amazighité ↓	Référent transnational : Tamazgha + Référents régionaux et locaux + Référent montagnard décliné en massifs, vallées
2000	2000 Manifeste berbère 2002 Création de l'AZETTA 2011 Participation au « printemps marocain »	2001 Discours royal annonçant la création de l'IRCAM 2011 Constitutionnalisation de la langue et de l'identité amazighe	Mouvement plus populaire et rural	Socioéconomiques Environnementales	Autochtonie	

Figure 1 : évolutions principales du mouvement amazigh au Maroc et place des montagnes dans ces évolutions.

Les apports des recherches sur le mouvement amazigh

Les recherches réalisées sur le mouvement amazigh peuvent contribuer avantageusement aux réflexions sur le couple tourisme-identités dans les Atlas en ce qu'elles permettent d'analyser les identités revendiquées par des associations *amazighes* implantées dans les montagnes et mobilisées par celles-ci dans des projets touristiques.

Par ailleurs, les approches théoriques des identités mobilisées dans ce corpus de recherches sont susceptibles d'alimenter les réflexions sur le couple tourisme-identités. Les recherches réalisées sur le mouvement *amazigh* considèrent explicitement l'amazighité comme une « construction identitaire ». En utilisant ce terme, Rachik (2006 (1), p. 22) entend signifier qu'elle est le produit de circonstances historiques et politiques données. Les identités *amazighes* sont aussi comprises comme le produit d'un mouvement social, d'interactions entre des acteurs militants. Nombre de travaux mettent ainsi au centre de leur intérêt les militants, en retraçant l'émergence du mouvement associatif *amazigh* et de projets collectifs, tout en soulignant les divergences entre acteurs, les débats internes et les tensions entre des conceptions différentes des identités *amazighes*. D'autres auteurs, tels que Pouessel (2006, 2010), montrent que les identités *amazighes* sont des constructions multi-scalaires, qui renvoient à l'échelle internationale comme à l'échelle locale. Ainsi, les recherches sur le mouvement *amazigh* mobilisent des approches constructivistes, interactionnistes, pragmatiques et post-nationales des identités. Elles invitent, pour décrypter les identités mobilisées dans les projets touristiques menés dans les Atlas, à analyser les stratégies des porteurs de projets, leur insertion dans des réseaux militants et à prendre en compte les différentes échelles d'identification auxquelles ils font référence.

De plus, cette démarche déconstructiviste est tempérée par une démarche inspirée des études subalternes qui permet de démystifier ou de dé-essentialiser les identités (en montrant qu'elles sont des constructions) sans pour autant les déconsidérer. Tel est l'objectif que se fixe Pouessel (2010, p. 8) : « retracer la genèse de l'adoption d'un langage ethnique nous permet d'envisager les différents champs d'inscription de l'ethnicité et d'opérer ainsi à sa démystification, sans non plus tomber dans son corollaire qui serait celui de la dénégation des discours identitaires ». Elle propose « une anthropologie de la légitimité des cultures ». Les travaux réalisés sur les revendications *amazighes* prennent celles-ci au sérieux et contribuent à leur légitimation. Certains auteurs disent vouloir participer à la production de récits alternatifs sur les identités au Maroc. Pouessel situe son travail

aux côtés de ceux réalisés en sciences sociales par les militants eux-mêmes, pour remettre en cause la suprématie du récit nationaliste arabe et restituer la voix des dominés, dans la lignée des études subalternes. A plusieurs égards, les recherches sur le mouvement amazigh se rapprochent du champ des études postcoloniales et subalternes, même si, le plus souvent, elles ne se positionnent pas clairement dans ce champ et évoquent, tout au plus, la situation postcoloniale dans laquelle se déploient les revendications amazighes (Cornwell et Atia 2012) : elles déconstruisent ce que les identités amazighes doivent à la période coloniale, elles participent à la production de récits identitaires alternatifs et adoptent un point de vue éthique qui fait écho à ce champ. La réflexion sur le couple tourisme-identités gagnerait à mobiliser les recherches sur le mouvement amazigh car elles encouragent, dans la lignée des études postcoloniales et subalternes, à porter l'attention sur les identités *amazighes* telles qu'elles sont revendiquées à travers certains projets touristiques et à analyser comment leurs porteurs se positionnent par rapport aux représentations de la berbérité héritées de la période coloniale.

Les travaux qui abordent le tourisme et les identités dans les Atlas marocains au prisme du paradigme des ressources s'inscrivent dans la continuité de recherches anthropologiques sur les identités berbères et *amazighes* dans les marges qui gagneraient donc à être mobilisées plus systématiquement.

3. Projet de recherche

A l'issue de cet état de l'art, il me revient de définir mon propre positionnement et les axes de la réflexion qui s'engage.

Le couple tourisme-identités à travers le paradigme des ressources

Pour dépasser les recherches qui considèrent les impacts négatifs du tourisme sur les identités, je m'inscris dans la lignée de recherches qui raisonnent en termes de « ressource », qui envisagent le tourisme comme un facteur d'évolution des sociétés locales faisant partie intégrante de ces sociétés (et non comme un facteur externe, isolable), comme un facteur de changement social et culturel parmi d'autres et en interaction avec eux, et qui reconnaissent la capacité des sociétés locales, en particulier des acteurs touristiques, à utiliser le tourisme dans des stratégies propres. Il s'agit de mettre au cœur de mon étude les acteurs locaux, leurs projets, leurs motivations et les outils qu'ils mobilisent.

J’entends approfondir ces approches en termes de ressources en montrant, ce qui n’a pas été fait jusqu’à présent, que les identités peuvent être utilisées par les sociétés d’accueil comme des ressources touristiques, et le tourisme comme une ressource identitaire. L’un de mes objectifs est de me pencher sur l’articulation par les acteurs touristiques de ces deux stratégies.

Cette thèse entend également approfondir certaines des perspectives ouvertes par les quelques travaux réalisés sur le tourisme et les identités dans les Atlas qui s’inscrivent dans le paradigme des ressources :

- Certains auteurs évoquent l'émergence, dans les Atlas, de projets touristiques mis en œuvre par des acteurs associatifs et privés localisés qui valorisent des patrimoines. La plupart soulignent les faiblesses de ces projets. D'autres, au contraire, adoptent un point de vue peu critique vis-à-vis de ces projets. Ceux-ci me semblent devoir faire l'objet d'une étude plus approfondie, décryptant la manière dont ces projets sont négociées par leurs porteurs avec les autres acteurs en présence, et donnant plus d’attention à la dimension culturelle de ces projets et de ces négociations, car les acteurs mobilisent et travaillent explicitement des identités.

- D’autres (Aït Hamza et Ramou) invitent à aborder les relations entretenues par les acteurs touristiques locaux avec les TO comme des rapports de force néocoloniaux et les identités véhiculées par les acteurs touristiques comme héritées de la colonisation. L'idée me semble devoir être à la fois approfondie et fortement nuancée, en analysant les stratégies mises en œuvre par les acteurs locaux pour garder une marge de manœuvre vis-à-vis des acteurs externes et pour retravailler les imaginaires touristiques néocoloniaux.

- Quelques travaux ont été réalisés en économie territoriale sur la valorisation touristique du patrimoine dans les Atlas. J'ai montré qu'ils gagneraient à aborder ce processus sous l'angle des identités mobilisées et retravaillés à travers ce processus, à se pencher non seulement sur les effets de ces projets en termes socioéconomiques et de développement territorial mais aussi sur leurs effets sur les identités collectives.

- J'entends également approfondir la dimension ethnique et la dimension genrée des identités mobilisées et retravaillées par les acteurs du tourisme patrimonial, dans la lignée des recherches effectuées par Cauvin Verner pour l'ethnicité et par Borghi pour le genre.

- Les recherches réalisées par Berriane, Goeury et Cauvin Verner invitent, enfin, à analyser plus précisément les stratégies de branchement menées par les acteurs touristiques sur des réseaux d'acteurs et sur des référents identitaires mondialisés, et à les comprendre plus explicitement en termes spatiaux. Ces acteurs mobilisent des identités territorialisées, qui renvoient à des territoires d'échelles variées, qu'il convient d'identifier.

Questionnements principaux

Il s'agit, pour explorer ces pistes de recherche, de répondre à ces 4 questions :

- **Quelles stratégies mettent en œuvre les acteurs touristiques**, à travers la valorisation d'objets qu'ils présentent comme représentatifs d'une identité **?**
- **Quelles identités ces acteurs mobilisent-ils dans leurs projets ?** Des imaginaires touristiques néocoloniaux qu'ils retravaillent ? Des identités ethniques ? De genre ? A quels territoires, à quelle échelle, renvoient-ils ?
- **Comment négocient-ils leurs projets avec les autres acteurs en présence ?**
- **Quels sont les effets de ces négociations** : en termes sociopolitiques (émergence de nouveaux groupes d'acteurs) ? Socioéconomiques (développement des territoires) ? Identitaires (recomposition des identités et des territorialités collectives et des identités des territoires) ?

Champs de recherche mobilisés

Pour répondre à ces questionnements, je mobiliserai différentes approches des identités dans les marges marocaines.

Pour une attention aux identités berbères et amazighes

Les recherches anthropologiques réalisées sur les identités dans les marges marocaines invitent à étudier la mobilisation des identités par des associations de développement, en milieu rural, à des fins socioéconomiques. Elles permettent d'analyser comment des acteurs associatifs mobilisent des identités dans des projets touristiques, dans le but de contribuer au développement local et à la lutte contre la marginalisation que connaissent les montagnes. Cependant, elles ne se penchent pas sur les stratégies identitaires mises en œuvre par les associations de développement, que j'entends donc décrypter.

Deux autres corpus de recherche, sur les identités berbères et *amazighes*, peuvent être alors utilement mobilisés : ils permettent de comprendre la mobilisation d'identités berbères et *amazighes* par des acteurs associatifs basés en montagne (parmi lesquels des acteurs touristiques) à des fins identitaires et politiques.

Mobiliser ces corpus pour aborder le couple tourisme-identités dans les Atlas est inédit. Cela demande de vaincre les réticences des géographes à parler de la berbérité et de l'amazighité et à se pencher sur les identités telles qu'elles sont revendiquées actuellement dans les montagnes par certains militants. Cela demande aussi d'approfondir certaines pistes de recherche seulement esquissées dans la littérature sur le mouvement *amazigh* au Maroc. En effet, peu d'auteurs se sont penchés sur les associations amazighes dans les montagnes et sur la façon dont elles articulent des revendications socioéconomiques avec des revendications identitaires et politiques. Ils se sont focalisés davantage sur les mouvements de protestation ponctuels, à teneur politique, dans les grandes villes, que sur les projets de développement réalisés dans les espaces ruraux, sur le long terme, et qui mobilisent les identités *amazighes*. Il convient donc d'étudier comment des associations *amazighes* basées en montagne se saisissent du tourisme pour lutter contre la marginalisation socioéconomique autant que culturelle et politique.

Pour une approche constructiviste, post-nationale et subalterne des identités

La réflexion sur le couple tourisme-identités en termes de ressources gagne à mobiliser différentes approches théoriques des identités :

- Les approches constructivistes des identités les considèrent comme des constructions sociales, évolutives et essentiellement plurielles, fabriquées par des individus dans le cadre de stratégies dont les objectifs peuvent être variés, comme le produit de choix réalisés par des individus entre plusieurs catégories ou identités sociales, de branchement de ceux-ci sur des référents identitaires variés, et de l'interaction de ces individus avec d'autres individus et groupes d'individus. Une telle conception constructiviste, interactionniste et pragmatique des identités est utilisée dans les nouvelles approches anthropologiques des identités dans les marges et dans les corpus sur les identités berbères et sur le mouvement *amazigh*. Elle permet d'éviter de comprendre les identités des touristes et des sociétés locales comme nécessairement opposées, les premières comme imposées aux secondes et les altérant. Elle permet au contraire de comprendre le tourisme comme un facteur de rencontre entre des êtres libres capables d'une adaptation à la culture locale pour les touristes, à la culture des touristes pour la société d'accueil, d'un intérêt réciproque sans qu'il y ait forcément tentation d'assimilation, de négation de l'autre, comme un moyen utilisé par les acteurs locaux – éventuellement insérés dans des réseaux amazighs militants – pour mettre en avant les identités qu'ils revendiquent et comme un facteur parmi d'autres de recomposition des identités collectives.

- Les approches post-nationales des identités les considèrent comme le produit de la mobilisation par les acteurs de référents identitaires ne renvoyant plus automatiquement au territoire national. Ces théories sont mobilisées par les nouvelles approches anthropologiques des identités dans les marges marocaines et par les recherches sur le mouvement *amazigh*. Elles permettent de comprendre la mise en tourisme des identités dans les Atlas comme une dynamique de branchement sur des réseaux d'acteurs internationaux et sur des référents mondialisés au service d'une dynamique d'ancrage à des territoires d'échelles variées, non uniquement à l'échelle du territoire tribal traditionnel. Pour analyser ces dynamiques d'ancrage, deux autres approches des identités peuvent être mobilisées : premièrement, les approches des identités en termes de performance - absentes des recherches sur le tourisme et les identités dans les Atlas et des recherches anthropologiques réalisées jusqu'à présent sur les identités dans les marges marocaines - permettent d'analyser le rôle joué par le langage oral, écrit mais aussi corporel des acteurs touristiques dans le processus de construction des identités collectives, et d'ancrage de celles-ci dans des territoires : le langage corporel est révélateur des liens entretenus par les acteurs touristiques avec l'espace matériel et des liens des identités qu'ils mettent en scène avec celui-ci. Deuxièmement, les approches patrimoniales des identités invitent à étudier comment les identités sont (re)construites à travers la valorisation touristique d'objets qui les symbolisent et les rendent visibles, et comment les porteurs des projets utilisent ces objets pour ancrer les identités dans des territoires. Elles invitent également à analyser quels rapports au passé et à l'espace entretiennent les acteurs de la patrimonialisation, et si ces rapports sont semblables chez les autres acteurs en présence.

- Les approches postcoloniales et subalternes des identités, mobilisées dans les recherches portant sur les identités berbères et *amazighes*, encouragent à considérer les identités *amazighes* telles qu'elles sont revendiquées à travers certains projets touristiques, à analyser comment les porteurs de projets retravaillent les imaginaires touristiques de la berbérité hérités de la période coloniale, et à décrypter les négociations des acteurs touristiques locaux avec l'Etat, les tours opérateurs et les sociétés d'accueil, qui président à la mise en tourisme des identités, et à décrypter les rapports de pouvoir néocoloniaux qui sous-tend ce processus.

L'une des ambitions de ma thèse est théorique. Elle est de montrer l'intérêt de ces approches pour réinterroger le couple tourisme-identités.

Hypothèses

- Les acteurs touristiques sont des « compositeurs d'identités »[44] au sens où :

* ils font non seulement des identités des ressources touristiques mais également du tourisme une ressource identitaire et politique.

* Ils réutilisent des imaginaires touristiques en partie hérités de la période coloniale et se les réapproprient de manière sélective pour réinventer les identités collectives.

* Ils recomposent les identités collectives à travers les discours qu'ils tiennent aux touristes et les discours écrits et oraux qu'ils leur destinent et leurs expressions corporelles, la façon qu'ils ont de performer les identités dans l'interaction avec les touristes et avec des objets. A travers la valorisation de ces objets, ils performent les identités collectives et les identités des territoires que symbolisent les objets pour les rendre visibles et, ainsi, les affirmer.

- La mise en tourisme des identités, processus de branchement et d'ancrage.

* Les acteurs touristiques se branchent sur des réseaux d'acteurs susceptibles d'appuyer leurs projets et sur des référents identitaires globalisés qui circulent à travers ces réseaux.

* Les acteurs touristiques s'efforcent d'ancrer leurs projets touristiques et de territorialiser les identités qu'ils mobilisent. Les identités qu'ils valorisent dans leurs projets font référence à des territoires d'échelles variées (micro-locale, locale, régionale, nationale et transnationale). Ils valorisent des objets « patrimoniaux » pour ancrer les identités collectives que symbolisent ces objets dans un ou des territoires communs.

* Le branchement alimente l'ancrage, la mobilisation de référents identitaires globalisés alimente des projets de territorialisation des identités.

[44] J'utilise l'expression de « compositeurs d'identités » dans le sens de composition musicale. Elle me semble plus adéquate que celle d'« ingénieurs » de l'identité, trop technique, ou que celle de « passeurs d'identités », qui désigne les guides comme relais entre sociétés locales et touristes, pour les auteurs précédemment cités qui utilisent l'expression.

- Les identités mises en tourisme font l'objet de négociations. Elles sont le produit de rapports de pouvoir, se construisent dans le rapport de force. Les porteurs de projets touristiques locaux négocient les identités qu'ils présentent aux touristes avec les autres acteurs en présence.

* Avec les TO, dans le cadre d'une relation inégale de type néocolonial.

* Avec l'Etat, dans le cadre de la mise en place d'un Etat moderne et de l'utilisation par celui-ci du tourisme comme un moyen de contrôle de la définition des identités infranationales, alors que les acteurs touristiques locaux l'utilisent comme un moyen d'affirmation d'une identité particulière.

* Avec les sociétés locales, dans le cadre des rapports de pouvoir qui structurent les sociétés d'accueil. Les acteurs touristiques imposent les identités qu'ils valorisent dans leurs projets aux sociétés locales, ils les négocient avec certains membres des sociétés locales, appartenant aux élites. La mise en tourisme des identités constitue un processus élitiste.

La négociation porte en particulier sur la dimension coloniale des identités sociales mobilisées, sur les identités revendiquées par les porteurs de projets « nouvelles » (telles que les identités de genre), sur la dimension territoriale des identités mobilisées (les territoires auxquels elles font référence), et sur les objets à valoriser dans des projets touristiques, le sens à leur accorder (ils peuvent être considérés ou non comme des objets « patrimoniaux ») et la façon de les valoriser.

- La négociation entre acteurs qui préside à la mise en tourisme des identités a des effets sur les sociétés et les territoires locaux.

* Elle entraine des recompositions sociopolitiques, des jeux d'acteurs locaux. La mise en tourisme des identités voit l'affirmation de groupes d'acteurs touristiques, parfois féminins, et de notables qui collaborent avec eux.

* Elle entraîne des recompositions territoriales. Elle constitue un levier d'innovation pour le développement des marges. Elle a des effets socioéconomiques restreints (elle ne crée que quelques emplois et revenus), pour des groupes sociaux déjà favorisés, mais elle participe au renforcement voire à la création d'identités des territoires plus spécifiques et plus lisibles, notamment à travers la valorisation d'objets qui deviennent des marqueurs territoriaux. Elle participe également au rééquilibrage des espaces touristiques.

* Elle entraine des recompositions identitaires, en (re)valorisant notamment des identités ethniques et de genre. Elle entraîne la constitution de sous-cultures touristiques au sein des sociétés d'accueil : une sous-culture touristique qui est celle des acteurs touristiques mobilisant les identités, et pas seulement des guides, et une sous-culture touristique féminine, qui est celle de femmes impliquées dans les projets touristiques. Ces sous-cultures constituent plus ou moins des sous-ensembles de la culture berbère/*amazighe*.

Telles sont les hypothèses que je vais soumettre à l'épreuve du terrain. Les espaces d'étude choisis et les méthodes de collecte et d'analyse des informations utilisées pour valider ou invalider mes hypothèses demandent à être présentés.

Partie 2.
Composer le terrain

Chapitre 3.
Du « terrain » aux terrainS

Dans la seconde partie est présenté le « terrain ». Le terme est mis entre guillemets, car ce à quoi il renvoie classiquement en géographie – un lieu d'enquête bien circonscrit et une méthode de collecte des données destinées à comprendre ce lieu –, a fait l'objet de réflexions critiques, qu'il s'agit ici de prendre en compte, pour défendre une conception plurielle du terrain.

I. (Re)définir le terrain

Le terrain a suscité ces dernières années un regain d'intérêt en sciences sociales. Chez les géographes français[45], il est relativement tardif, datant des années 2000[46]. Le terrain se trouve redéfini par leurs réflexions.

1. Le terrain comme construction scientifique

Au lieu d'être un donné, un lieu existant en dehors du chercheur, le terrain peut être compris comme une construction scientifique réalisée par le chercheur. Selon Calbérac (2011), « c'est bel et bien le géographe qui construit le terrain en fonction des questions qu'il pose et des méthodes qu'il met en œuvre ». Cette construction sert au chercheur à mettre ses hypothèses à l'épreuve des faits. Pour Collignon et Rétaillé (2010, p. 7), le terrain est « une confrontation entre ce que l'on sait, d'où proviennent questions et hypothèses [...] et ce que l'on vit là, ou que l'on repère dans des mesures d'ordre divers ». Dans cette acception, le terrain est considéré non uniquement comme un espace ou une méthode mais comme un « dispositif intellectuel » (Calbérac 2011), un assemblage réalisé par le chercheur d'éléments divers et hétérogènes (méthodes, données), qu'il constitue en corpus et auquel il

[45] Selon Collignon (2010), au Canada francophone, les géographes se sont interrogés de manière systématique sur leurs pratiques de terrain dès les années 1990, influencés en cela par les géographes américains. Ils se sont notamment intéressés aux questions éthiques.

[46] En France, on peut citer les travaux pionniers d'Anne Volvey (2003 et 2012) puis de Yann Calbérac (2010 et 2011), la parution de quelques numéros spéciaux de revues sur ce sujet - *Bulletin de l'association de géographes français* (Hugonie 2007), *Géographie et cultures* (Ghorra-Gobin 2010), *L'information géographique* (Collignon et Rétaillé 2010) puis des *Annales de géographie* (Volvey *et al* 2012) - et la création d'une rubrique dédiée aux réflexions des géographes sur le terrain dans la revue en ligne *Carnets de géographes.*

s'efforce de donner une cohérence. L'espace étudié n'est donc qu'un élément parmi d'autres du « terrain ». De plus, il n'existe qu'en tant qu'il est délimité par le chercheur. Ainsi, selon Collignon (2010, p. 74), « le « terrain » n'existe pas tant que le chercheur n'y est pas, et disparait dès qu'il n'y est plus. Le terrain est un espace-temps défini par le chercheur lui-même (elle-même) ». Mon terrain constitue un agencement d'espaces, de projets, d'acteurs, que je présente ci-dessous, et de méthodes, que je présente dans le quatrième chapitre.

2. Les terrains des acteurs et de leurs projets

Les espaces étudiés constituent, plus que des espaces physiques (tels des vallées), des espaces qui font sens socialement - sur le plan socioculturel (comme l'espace d'une tribu) ou sur le plan institutionnel (comme le territoire d'une commune) - et au niveau des pratiques, des acteurs et des évolutions de l'activité touristique. Choisir une vallée peut être pertinent uniquement si cette vallée est un espace qui fait sens dans le cadre de pratiques sociales et touristiques. Les espaces étudiés ont également été délimités et choisis en fonction du sens qu'ils ont pour les acteurs du tourisme mobilisant les identités, et dans la mesure où ils constituent des territoires d'action pour ces acteurs. Ils sont donc des ensembles de « projets »[47] touristiques dotés d'une certaine cohérence. En concevant le terrain d'étude comme le terrain des acteurs, de leurs pratiques et de leurs projets, j'entends m'efforcer de mettre en avant les représentations et les pratiques des acteurs.

II. Choisir les terrains

Voyons maintenant plus précisément quels espaces et projets touristiques ont été choisis pour mener l'étude à bien.

1. Les espaces d'étude principaux

Le choix d'une démarche comparative pour cerner un phénomène complexe

Il semble indispensable de se pencher sur plusieurs espaces. En effet, dans les Atlas marocains, le processus étudié (la mobilisation des identités collectives dans des

[47] Le terme de « projet » est ambigu. Selon Petite (2008, p. 29), dans son acception classique, il désigne à la fois l'intention, ce qui est projeté dans l'avenir, et le résultat concret, matériel, présent, de cette projection. Plus largement, il désigne (comme c'est le cas en architecture) tout le processus, de l'intention à la réalisation. Par « projet », j'entends donc un processus qui va de l'intention à la réalisation en passant par la conception.

projets de développement touristique) se déploie selon des modalités, des temporalités et des jeux d'acteurs qui diffèrent localement. Il importe donc d'étudier des cas qui permettent d'appréhender le processus dans sa complexité. Il ne s'agit pas d'adopter une démarche strictement comparative mais plutôt d'étudier des cas singuliers permettant d'aborder le processus de mobilisation des identités collectives dans ses variations et nuances, spatiales et temporelles. Comme le suggèrent Sylvie Louargant et Stéphane Ghiotti (2000), la confrontation de ces cas sera envisagée comme une attitude d'observation (plus que comme une méthode au sens strict), dont l'objectif sera de prendre en compte les forces de différenciation à l'œuvre, pour parvenir à une « connaissance enrichie » de l'objet d'étude.

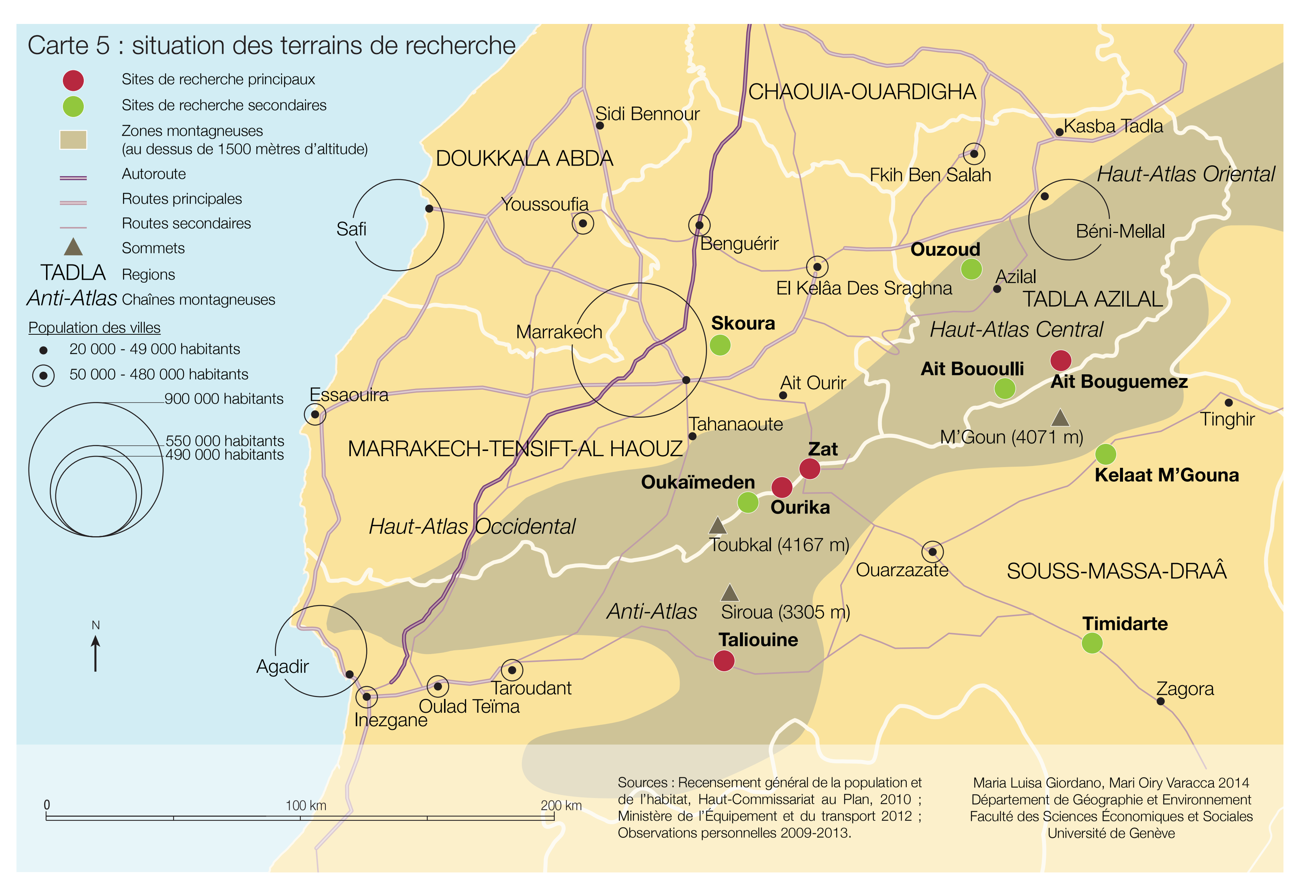
Pour que la comparaison soit possible et pertinente, il importe de choisir les espaces en fonction de critères communs, qui permettent à la fois de s'assurer de la présence de dynamiques similaires et d'identifier des singularités révélatrices. Les espaces choisis – les vallées de l'Ourika et du Zat (Haut Atlas occidental), la vallée des Aït Bouguemez (Haut Atlas central) et la région de Taliouine (versant sud du Haut Atlas occidental et Anti-Atlas) - sont des espaces où il existe des projets touristiques à travers lesquels les acteurs disent mobiliser une ou des identités collectives. De manière générale, ils ont aussi en commun d'être des espaces de montagne en difficulté[48]. Ils se distinguent par des temporalités différentes du phénomène touristique et du tourisme mobilisant des identités. Tous les espaces étudiés ne sont pas des « espaces touristiques » au sens que donne l'équipe MIT (1997, p. 210) de ce terme, c'est-à-dire des espaces « concentrant un certain nombre de lieux touristiques et possédant une image globale profondément liée au tourisme ». La vallée de l'Ourika et la vallée des Aït Bouguemez concentrent plusieurs lieux touristiques, soit des « lieux créés et investis par le tourisme et

[48] Comme le soulignent Boujrouf (1996) et Troin (2002), l'économie agro-sylvo-pastorale y est en crise, l'émigration y est forte, les infrastructures de base (routes, eau courante, électricité, hôpitaux, écoles) y sont encore insuffisantes. Depuis le début des années 2000, de nombreux efforts d'équipement de ces zones ont été consentis dans le cadre de l'Initiative Nationale de Développement Humain (INDH) lancée en 2005. La couverture scolaire a beaucoup été améliorée. Cependant, la vulnérabilité sociale reste forte. Le taux de pauvreté (qui exprime la proportion des individus dont la dépense annuelle moyenne par personne se situe au-dessus du seuil de pauvreté) dans les communes choisies est révélateur. Les dernières statistiques disponibles sur le site Internet du Haut-Commissariat au plan datent de 2007. Le taux de pauvreté y est supérieur à la moyenne nationale (8,9%) : il est de 12,5% dans la commune d'Ourika et de 10,6% à Tabant dans la vallée des Aït Bouguemez. Il est souvent supérieur à la moyenne des zones rurales (15%). C'est le cas pour Tighdouine dans la vallée du Zat (26,8%), Setti Fatma dans la vallée de l'Ourika (23,1%) et Taliouine (17,6%).

transformés pendant au moins un temps par la présence de touristes » (Stock 2003, p. 286) et possèdent une image fortement influencée par l'activité touristique, depuis la période coloniale pour l'Ourika et depuis les années 1980 pour les Aït Bouguemez. La vallée du Zat et la région de Taliouine concentrent quelques lieux accueillant des touristes mais depuis peu, et leur image n'est pas déterminée par le tourisme. Les acteurs touristiques s'efforcent justement de travailler l'image de ces espaces pour qu'elle soit plus clairement liée au tourisme, de façon à faire émerger de véritables « espaces touristiques ». Les espaces étudiés se distinguent également par les types de touristes accueillis, de pratiques touristiques, d'acteurs touristiques, de patrimoines valorisés, et par leurs degrés de marginalité, différents.

La même démarche a été adoptée en ce qui concerne le choix des projets et le statut qui leur est accordé : ils sont à la fois représentatifs de la dynamique d'ensemble de l'espace touristique étudié, et singuliers. Les projets touristiques choisis mobilisent tous des identités. Ils diffèrent par les types d'identités mis en avant, les types de patrimoine valorisés, leur maturité, les profils de leurs porteurs, l'importance du tourisme dans le projet (par rapport à des activités telles que l'agriculture et à l'artisanat à travers lesquelles le patrimoine peut être également valorisé).

Les paragraphes suivants s'attachent à situer les espaces étudiés (carte 5), à les présenter et à expliciter ce qui les différencie.


Carte 5 : situation des terrains de recherche
Sites de recherche principaux
Sites de recherche secondaires
Zones montagneuses
(au dessus de 1500 mètres d'altitude)
Autoroute
Routes principales
Routes secondaires
Sommets
TADLA Regions
Anti-Atlas Chaînes montagneuses
Population des villes
20 000 - 49 000 habitants
50 000 - 480 000 habitants
900 000 habitants
550 000 habitants
490 000 habitants
N
0
100 km
200 km
CHAOUIA-OUARDIGHA
DOUKKALA ABDA
MARRAKECH-TENSIFT-AL HAOUZ
TADLA AZILAL
SOUSS-MASSA-DRAÂ
Haut-Atlas Oriental
Haut-Atlas Central
Haut-Atlas Occidental
Anti-Atlas
Sidi Bennour
Kasba Tadla
Fkih Ben Salah
Safi
Youssoufia
Benguérir
El Kelâa Des Sraghna
Béni-Mellal
Ouzoud
Azilal
Skoura
Marrakech
Essaouira
Ait Ourir
Ait Bououlli
Ait Bouguemez
Tinghir
Tahanaoute
M'Goun (4071 m)
Zat
Oukaïmeden
Ourika
Kelaat M'Gouna
Toubkal (4167 m)
Ouarzazate
Siroua (3305 m)
Timidarte
Taliouine
Agadir
Taroudant
Oulad Teïma
Inezgane
Zagora
Sources : Recensement général de la population et de l'habitat, Haut-Commissariat au Plan, 2010 ; Ministère de l'Équipement et du transport 2012 ; Observations personnelles 2009-2013.
Maria Luisa Giordano, Mari Oiry Varacca 2014
Département de Géographie et Environnement
Faculté des Sciences Économiques et Sociales
Université de Genève

Ourika-Zat, des projets touristiques alternatifs au tourisme de masse

Les points communs des deux vallées

Le premier espace choisi se situe dans le massif du Toubkal, dans le Haut Atlas occidental, institutionnellement rattaché à la région Marrakech Tensift Al Haouz et à la province d'Al Haouz. Il regroupe deux vallées, celle de l'Ourika et celle du Zat. S'intéresser à des vallées fait ici sens, car, dans le Haut Atlas de Marrakech, la « vie humaine [est] organisée en vallées » (Troin 2006, p. 354). De plus, elles constituent un ensemble qui a sa propre cohérence. D'abord, au plan socioculturel, elles ont héritées d'un fond social commun, masmoudien, et d'un même dialecte berbère, le *tachelhit*. Ce fonds regroupe plusieurs confédérations de tribus. Les confédérations Ourika et Mesfioua ont toujours entretenu des liens forts. Ensuite, les paysages - conditionnés par l'altitude et par une mise en valeur humaine relativement proche - se ressemblent. En haute montagne, on retrouve des paysages minéraux, ponctués de villages groupés disposés en escaliers et traversés par des pâturages. Au plan des pratiques, on observe la même importance de l'élevage transhumant et le partage de pâturages collectifs sur le haut plateau du Yagour.




Figure 2 (gauche) : le plateau du Yagour à Warzazt (G. Lecloirec, avril 2008).
Figure 3 (droite) : les *azib* (bergeries) sur le Yagour (S. Varacca-Oiry, avril 2008).

En moyenne montagne, on retrouve des paysages de vallées extrêmement encaissées et aux couleurs contrastées, s'élargissant en certains endroits en petits bassins à la végétation luxuriante et aux habitations denses.





Figure 4 : la vallée du Zat à Tizirt (avril 2008).
Figure 5 : la vallée de l'Ourika peu en-dessous d'Oulmès (mars 2010).

Dans la zone du *dir* (piémont), on retrouve des paysages de cuvettes et de bas plateaux, verdoyants grâce à la présence de l'eau. On observe l'importance, pour la vie de ces vallées, des liens avec les petites villes du *dir*, telles que Tnine l'Ourika et Tighdouine, et avec les villes de la plaine du Haouz, telles qu'Aït Ourir et Marrakech, notamment en ce qui concerne le tourisme.

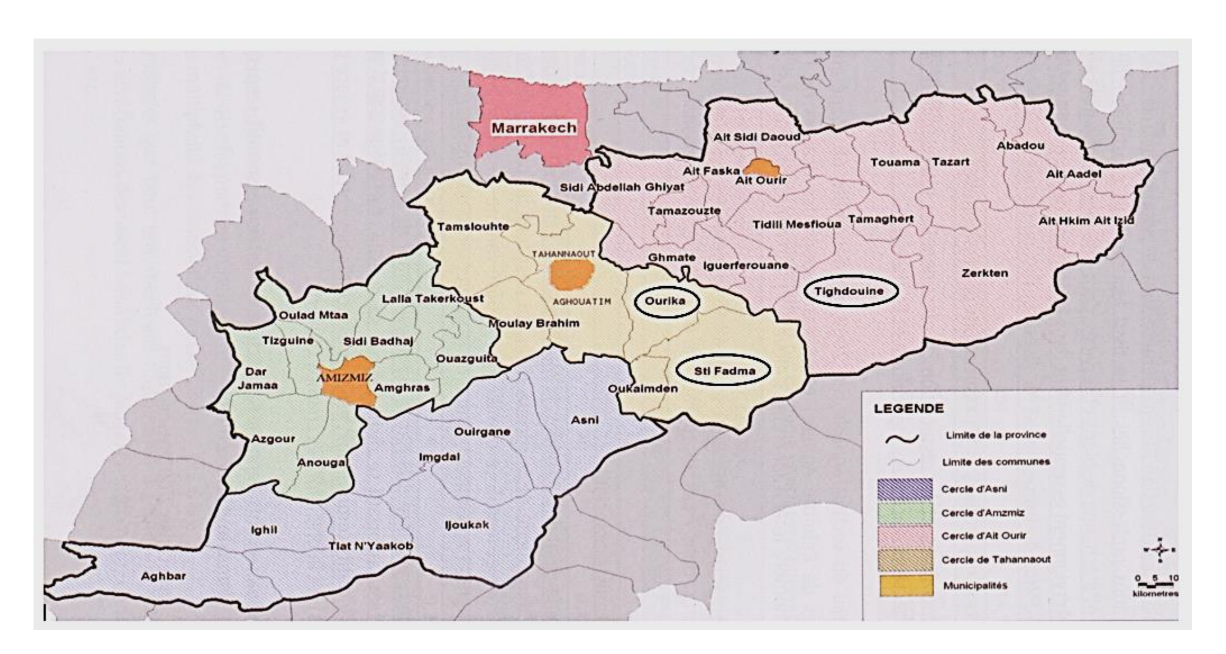


Figure 6 : basse vallée de l'Ourika depuis le village de Tafza (octobre 2010).

Enfin, au plan du tourisme, on observe l'émergence de projets qui s'efforcent de proposer une alternative aux pratiques touristiques dominantes (un tourisme national, populaire, concentré dans certains lieux, et qualifié souvent de « tourisme de masse », et un tourisme international de randonnée plus diffus). Ces projets sont portés par des acteurs privés ou associatifs. Les services touristiques de la Province Al Haouz- cherchent eux-aussi à valoriser les patrimoines locaux à travers la mise en place du Pays d'Accueil Touristique (PAT) du Haut Atlas occidental Al Haouz.

Les différences entre les deux vallées

Les deux vallées se différencient néanmoins par bien des aspects. Premièrement, elles font partie d'ensembles institutionnels distincts. La commune de Tighdouine, qui couvre la vallée du Zat, appartient au cercle[49] d'Aït Ourir, tandis que celles de la vallée de l'Ourika –communes de Setti Fatma et de l'Ourika – appartiennent au cercle de Tahannaout. Les communes ne se coordonnent pas pour la gestion des deux vallées.



Carte 6 : Découpage administratif dans la Province Al Haouz (Monographie de la Province Al Haouz, juin 2010, p. 71). Les communes concernées sont entourées en bleu.

Deuxièmement, ces vallées constituent des ensembles démographiques inégaux : la commune de Tighdouine compte plus de deux fois moins d'habitants (avec 22 353 habitants en 2009) que celles de Setti Fatma et de l'Ourika réunies (qui comptaient respectivement 22 283 et 26 990 habitants la même année) alors que la surface que recouvrent d'un côté Tighdouine et de l'autre Setti Fatma et l'Ourika

[49] Au Maroc, on distingue deux systèmes de gestion territoriale. L'un, déconcentré, sous la tutelle du ministère de l'Intérieur, a vocation à contrôler les territoires et à assurer la sécurité. La province est l'autorité territoriale de référence. Elle est subdivisée en *pachaliks* (dans les zones urbaines) et en cercles (dans les zones rurales), qui regroupent des *caïdats*. L'autre système, décentralisé, a vocation à développer les territoires. Il s'appuie sur les régions et sur les municipalités (en zone urbaine) et les communes (en zone rurale).

semble à peu près similaire[50]. Troisièmement, elles connaissent des degrés de marginalité différents, la vallée du Zat devant faire face à des difficultés encore plus importantes, comme le montrent les chiffres du Haut-Commissariat au plan. Ainsi, le taux de pauvreté dépassait les 25% à Tighdouine en 2007, ce qui n'était pas le cas dans la vallée de l'Ourika, bien que les taux y aient dépassé 10%. En 2004, le taux d'analphabétisme était plus élevé dans le Zat que dans l'Ourika : il atteignait 75,8% dans la commune de Tighdouine contre 54% dans celle de l'Ourika. Le pourcentage de personnes à avoir atteint le niveau secondaire était de 15% à Tighdouine et de 42,3% à l'Ourika. La vallée du Zat apparait également défavorisée au plan des infrastructures routières : la route goudronnée s'arrête à Tighdouine ; le réseau de pistes et de ponts permettant de traverser l'*oued* Zat et ses affluents sont en mauvais état. Les difficultés que connait la vallée du Zat sont en partie liées au fait qu'elle est longtemps restée à l'écart des flux touristiques. En effet, l'histoire du tourisme dans ces deux vallées est tout à fait différente.

L'évolution du tourisme dans l'Ourika

Dans la vallée de l'Ourika, le tourisme est ancien : il date de la période coloniale[51]. Le tourisme concernait alors essentiellement des résidents et touristes français, qui se rendaient en montagne principalement pour randonner. Ils pratiquaient aussi un tourisme d'estivage. Dans les années 1940 et 1950 se sont développés d'autres types de séjours : des colonies de vacances pour des enfants étrangers et parfois marocains.

Actuellement[52], le tourisme dans l'Ourika est majoritairement un tourisme national, populaire, et les séjours sont de courte durée. Les visiteurs, venus pour la plupart de Marrakech et en famille, pour trouver la fraicheur en été, restent une journée dans la vallée. Ils se promènent à proximité des cascades, s'installent le long de l'*oued* pour pique-niquer et se reposer, fréquentent les cafés et restaurants, notamment à Setti Fatma. Certains restent quelques jours dans la vallée. Ils séjournent au camping, en résidence louée ou dans leur résidence secondaire. D'autres séjournent en groupe dans des résidences possédées par un club sportif. Chaque été, quelques colonies de vacances ont lieu dans la vallée, dans des résidences détenues par le ministère de la Jeunesse et des Sports. Enfin, elle est toujours un point de départ de randonnées, pour les touristes internationaux, mais elle est moins fréquentée que les vallées plus proches du

[50] Source : monographie de la Province Al Haouz (juin 2010).
[51] Je renvoie, pour le tourisme en montagne à la période coloniale, à l'introduction et aux écrits de Boujrouf, Bruston, Duhamel, Knafou et Sacareau (1998), Moudoud (1999 (2)), Ramou (2009).
[52] Pour le tourisme actuel dans l'Ourika, je renvoie à Berriane (2009) et Troin (2006).

Toubkal. Les touristes étrangers voyageant en groupe ou séjournant dans un hôtel ou un club à Marrakech font également des excursions d'une journée dans la vallée. Les flux touristiques peuvent être très importants pendant l'été et les fêtes : 2000 à 3000 voitures circulent chaque jour dans la vallée. L'été, il peut y en avoir jusqu'à 10 000 par jour (selon les statistiques de la commune d'Ourika). Ce tourisme, peu encadré et fragile – puisque de nombreux commerces et hôtels ont été détruits lors des inondations de 1995 et 2006 – est souvent qualifié de « tourisme de masse » et est vivement critiqué localement pour ses impacts environnementaux et culturels négatifs, et pour l'insuffisance de ses répercussions économiques pour les habitants. Depuis quelques années, divers projets sont mis en œuvre dans la basse vallée pour proposer une offre touristique alternative. Ils sont menés le plus souvent par des acteurs privés, citadins marocains ou étrangers, et parfois par des associations locales. Ils s'efforcent de valoriser les savoir-faire artisanaux et agricoles locaux (poterie et plantes aromatiques et médicinales).

L'évolution du tourisme dans le Zat

Dans le cas de la vallée du Zat, le tourisme est beaucoup plus récent, bien que la vallée soit située non loin de la route reliant Marrakech et Ouarzazate, deux pôles touristiques majeurs[53]. Il est lié à la découverte, en 1990, des sources thermales de Sidi Ahmed el Wafi. Elles attirent essentiellement des citadins marocains, curistes et excursionnistes, en fin de semaine et les jours fériés, et sont également fréquentées par les émigrés en visite dans leur famille. Il s'agit d'un tourisme thermal (bains de boue et d'eau minérale) et de repos (balades et pique-niques le long de l'*oued* Zat). L'activité touristique se concentre autour de la source, sur la rive gauche de l'*oued* et à Larbaâ, le chef-lieu, sur l'autre rive. Selon Bellaoui (2005), le nombre de touristes atteindrait un demi-millier par jour en été. Un autre type de tourisme existe dans le Zat, un tourisme de randonnée, organisé par des voyagistes étrangers à destination de touristes étrangers. Mais les flux concernés sont minimes par rapport à ceux de la source et ils ne concernent que le Meltsen, le deuxième plus haut sommet du Haut Atlas, et le plateau du Yagour, intéressant car il constitue un lieu de pâturage collectif et car il abrite plusieurs sites de gravures rupestres. En comparaison avec l'Ourika, le tourisme dans le Zat est donc plus récent, encore plus concentré dans l'espace (dans l'Ourika, les touristes se rendant dans le haut de la vallée, à Setti Fatma, mais aussi dans les localités situées en aval), et moins diversifié car *quasi* exclusivement national. En réaction, une association, créée au milieu des années 1990, plaide pour un tourisme vert et

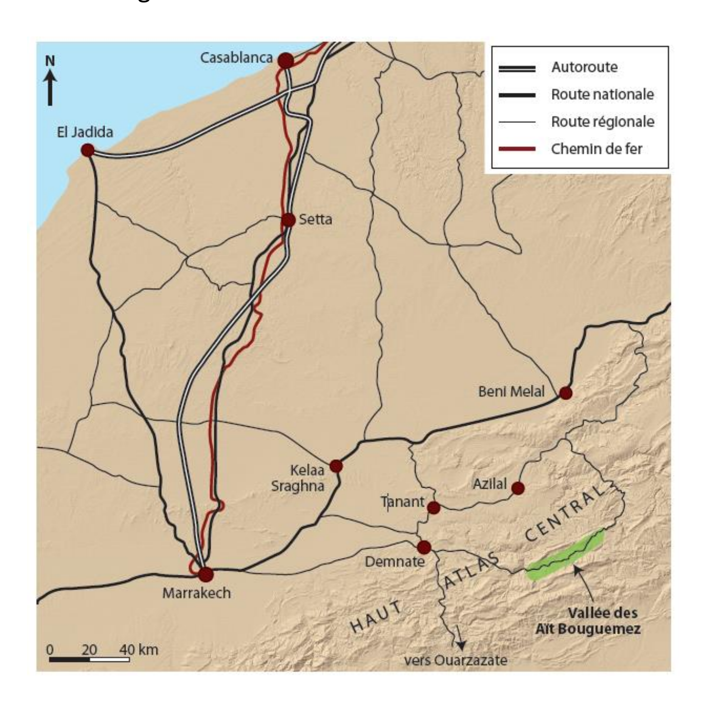
[53] Pour le tourisme dans le Zat, je renvoie à Bellaoui (2005, 2011), Gebrati (2002 et 2004) et Moubchir (2008).

solidaire, respectueux de l'environnement naturel et culturel et des habitants. Elle doit faire face à d'autres acteurs touristiques - l'association qui regroupe les propriétaires des terrains situés autour de la source et des associations de défense des droits des populations amazighes qui développent depuis peu des projets touristiques militants- qui ont d'autres visions du tourisme.

Aït Bouguemez, le tourisme patrimonial après le tourisme de randonnée

Délimitation de l'espace d'étude

Le second espace d'étude choisi est la vallée des Aït Bougemez, située dans le massif du M'goun, dans le Haut Atlas central (carte 7) et, au plan administratif, dans la région Tadla-Azilal et la Province d'Azilal[54].



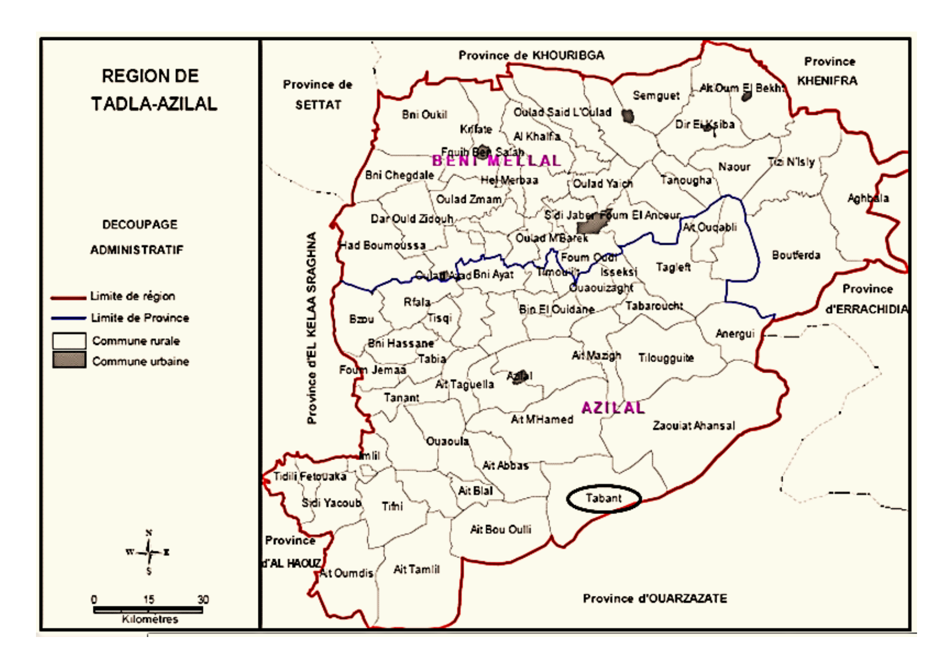
Carte 7 : situation de la vallée des Aït Bouguemez par rapport aux pôles urbains (M. Oiry-Varacca 2013, p. 47 : carte reprise du rapport final du diagnostic territorial participatif de la commune de Tabant, réalisé en février 2010 par ARP Développement pour l'Agence de Développement Social, et redessinée par A. Paillet).

Comme dans le Haut Atlas occidental, la vallée constitue l'échelle des pratiques quotidiennes. L'importance du fonctionnement en vallées est due au relief et à l'enclavement routier. La vallée des Aït Bougemez correspond au périmètre administratif de la commune de Tabant, et à une tribu.

[54] Les paragraphes suivants, qui situent la vallée dans son contexte et en présentent les spécificités, renvoient aux rapports de Jennan et Landel (2006 et 2007) pour la mise en place d'un Pôle d'Economie du Patrimoine, au Diagnostic Territorial Participatif de la commune de Tabant et à celui de la commune d'Aït Bououlli (février 2010), au Schéma Régional d'Aménagement du Territoire de la région Tadla-Azilal (avril 2007 et juillet 2008) et à la monographie régionale du Haut-Commissariat au plan (Direction régionale Tadla Azilal, octobre 2012).

Présentation de la vallée dans son contexte régional et provincial

Comme les autres espaces étudiés, la vallée des Aït Bouguemez constitue une périphérie à l'échelle régionale : située aux confins Sud de la région Tadla Azilal et de la province d'Azilal (carte 8), à 80 km d'Azilal, à la frontière avec la province d'Ouarzazate, elle fait partie de la zone de montagne, défavorisée par rapport à la plaine du Tadla, qui, elle, concentre, depuis un demi-siècle, les investissements (au point d'être devenu le premier périmètre irrigué du Maroc), les plus grandes villes et les principaux axes de transport. La montagne, réservoir en eau pour la plaine, a été longtemps délaissée.



Carte 8 : la vallée des Aït Bouguemez dans la région Tadla Azilal et la province d'Azilal (Jennan et Landel 2007, p. 18). La commune de Tabant est en noir.

Malgré ce contexte défavorable, la vallée des Aït Bouguemez apparait relativement privilégiée par rapport à ses voisines, alors qu'elle est la plus peuplée (elle comptait 14 527 habitants en 2009, contre 11 196 habitants dans la commune d'Aït Bou Oulli et 11 302 dans la commune de Zaouayt Ahensal, selon les Diagnostics Territoriaux Participatifs de ces communes). En effet, si elle doit faire face aux conditions physiques propres à une vallée dont l'altitude moyenne atteint 1800 mètres et qui est entourée de sommets de 3000 à 4000 mètres, elle bénéficie d'un fond plat, ce qui rend la surface agricole utile moins exiguë. L'agriculture a bénéficié de l'introduction de cultures maraîchères de rente (pomme de terre et pomme), qui apportent un complément de revenus.




Figure 7 : la vallée des Aït Bouguemez, une vallée à fond plat, vue depuis le grenier de Sidi Moussa (mars 2011).
Figure 8 : la culture du pommier au douar d'Akourbi (janvier 2011).

De plus, la vallée a bénéficié de l'expertise de nombreux chercheurs et de quantité de programmes de développement internationaux, menés par des organismes tels que la Banque Mondiale (Projet de développement rural intégré centré sur la petite et moyenne hydraulique), des ONG telles que VSF-CICDA (Agronome et vétérinaire sans frontière) ou des services de coopérations étrangers. Elle a en particulier bénéficié, comme je l'ai déjà écrit, du Projet pilote Haut Atlas Central (PHAC), dans les années 1980-1990. Les avis sont partagés concernant le bilan de ce programme, mais les auteurs s'accordent sur le fait qu'il a permis à la vallée de se distinguer de ses voisines : l'activité touristique a entraîné une diversification des revenus de certains habitants ; elle a encouragé les autorités à équiper la vallée en routes (depuis 2002, elle est reliée à Azilal par une route goudronnée), en écoles (ce qui fait que le taux d'analphabétisme est un peu moindre que dans les communes avoisinantes), et à relier la vallée aux réseaux d'eau potable et d'électricité. *In fine*, il apparaît que le taux de pauvreté est moins élevé à Tabant[55].

Les spécificités du développement touristique dans les Aït Bouguemez

Le tourisme dans la vallée des Aït Bouguemez s'est développé selon des modalités singulières, par rapport aux vallées de l'Ourika et du Zat. Il ne date pas du Protectorat : jusque dans les années 1980, la vallée n'était visitée que par quelques touristes individuels, amateurs de randonnées ou de pêche à la truite. C'est avec le PHAC qu'une offre touristique structurée a été développée, par l'Etat marocain et les services de la coopération française, relayés ensuite par des acteurs privés - muletiers, propriétaires de gîtes et guides, formés pour la plupart au centre de

[55] Le taux de pauvreté atteignait 10,6% à Tabant contre 19,1% à Aït Bou Oulli, 28,2% à Aït Abbas, 22,3% à Aït Mhamed et 25,3% à Zaouayt Ahensal en 2007, selon le Haut-Commissariat au plan.

formation situé à Tabant, et des voyagistes étrangers. Il s'agit d'un tourisme sportif, destiné à un public étranger. Au sein des circuits de randonnée et de l'ascension du M'Goun, la vallée ne constitue qu'une étape, durant lesquels les touristes logent dans des gîtes ou des auberges, qui étaient au nombre de 41 en 2009[56].

Depuis peu, un tourisme axé autour du patrimoine local est développé par des acteurs privés (migrants de retour dans la vallée et étrangers), des associations de développement, en partenariat avec des ONG internationales et des voyagistes étrangers, et des associations régionales, à l'image de l'association du Géoparc du M'goun. Les services chargés du tourisme à la Province entendent eux-aussi faire du patrimoine une priorité, à travers la création en 2006 du Pays d'Accueil Touristique (PAT) du Haut Atlas Central. La vallée des Aït Bouguemez constitue l'une des vallées ciblées dans ce cadre pour bénéficier d'équipements touristiques et d'opérations de réhabilitation du patrimoine. Ces acteurs portent particulièrement leur attention sur le patrimoine architectural en terre (greniers collectifs et villages fortifiés) et le patrimoine des savoir-faire et des produits agricoles (couscous d'orge, plantes aromatiques, miel, noix) et artisanaux (tapis, sculptures en bois).

Taliouine, un tourisme solidaire autour du safran

Délimitation de l'espace d'étude

Le dernier espace d'étude choisi n'est pas une vallée, contrairement aux deux autres, mais une « région », car les pratiques quotidiennes y sont dictées moins par le relief que par la polarisation exercée par la ville de Taliouine. Cet espace recouvre le périmètre des communes de Taliouine (au centre), Assaki (au Sud-Ouest), Zagmouzen (au Nord-Ouest), Askaoun (au Nord), Tassousfi, Assaisse et Sidi Hssaine (à l'Est), Agadir Melloul (au Sud-Est). Il correspond à un espace socioculturel - celui de la confédération de tribus des Ouaouzguit - et à un terroir - celui de la production du safran[57] -, qu'une ONG internationale entend valoriser. L'espace choisi correspond également à l'espace du projet touristique de cette ONG. Le projet qu'elle a mené à Tagmoute (commune d'Assaisse), le plus abouti, a été particulièrement étudié.

---

[56] D'après le Diagnostic Territorial Participatif de la commune de Tabant (février 2010).

[57] La zone de production s'étend jusque Tazenakht (dans la province d'Ouarzazate), mais la région de Taliouine représente 80% de la production nationale de safran, loin devant Tazenakht.

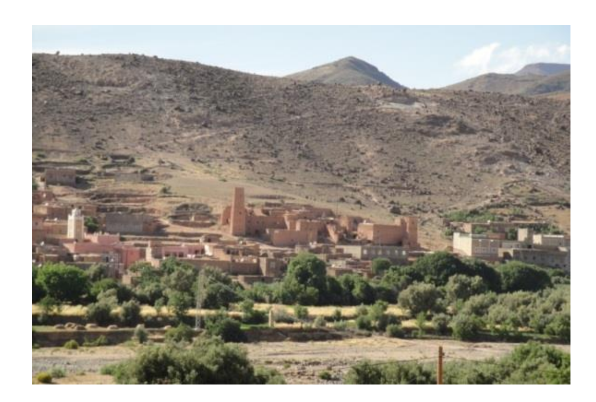


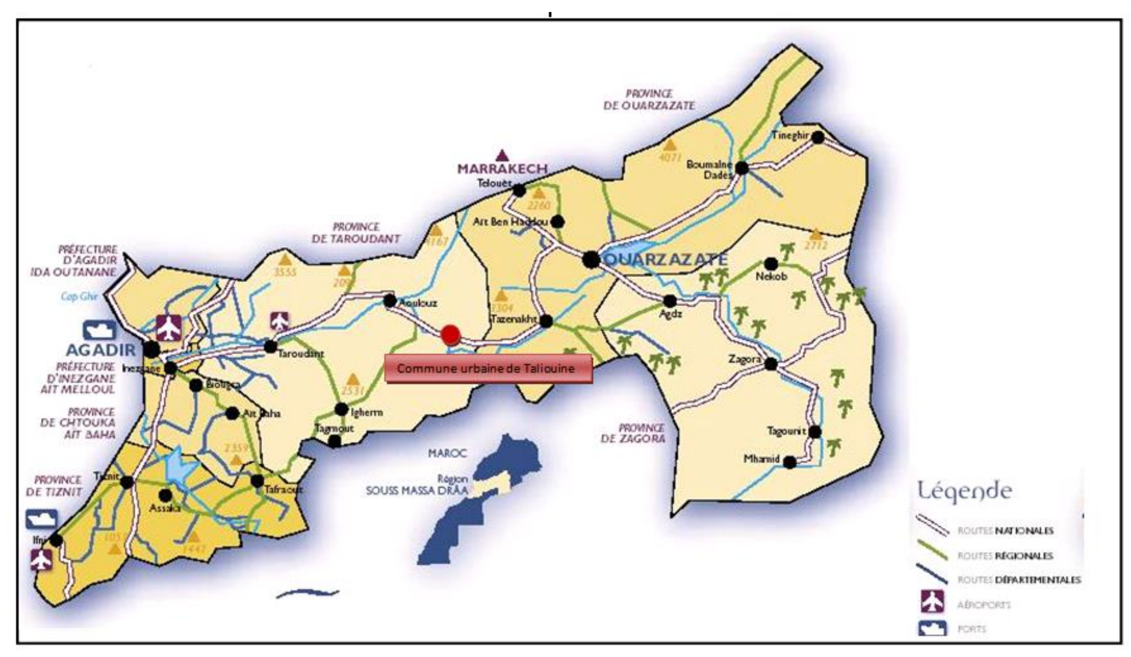
Figure 9 : le village de Tagmoute (mai 2010).

Présentation du contexte

La « région » de Taliouine relève administrativement de la région de Souss-Massa-Draâ et de la province de Taroudant[58] (carte 9). Elle est située dans le massif du Siroua (3304 m), entre le versant Sud du Haut Atlas occidental (au Nord) et les plateaux de l'Anti-Atlas (au Sud). Elle est peuplée de Berbères *chleuhs*, qui parlent le *tachelhit*, comme dans le Zat et l'Ourika et comme dans la plaine du Souss, espace à laquelle s'oppose pourtant la montagne. En effet, depuis la colonisation, les investissements ont été concentrés sur la plaine, devenue une zone d'agriculture intensive exportatrice d'agrumes, de primeurs et de fleurs. La plaine concentre également le pôle urbain Agadir-Inezgane et les principaux axes de communication. Au regard de la plaine du Souss, la région de Taliouine fait figure de zone rurale[59] déshéritée. Premièrement, elle apparait enclavée, faiblement dotée en infrastructures, hormis la route nationale sur laquelle elle se trouve, qui permet de rejoindre d'un côté Taroudant (à 120 km) et Agadir (à 200 km), et de l'autre côté Ouarzazate (à 170 km). Bien qu'à faible distance de Marrakech, elle ne lui est reliée directement que par une route de montagne mal entretenue. Un réseau de routes goudronnées permet aux habitants des communes voisines de rejoindre assez rapidement Taliouine, qui constitue le centre commercial et de services. En revanche, les pistes d'accès aux villages sont souvent mauvaises. Le village de Tagmoute, situé au pied du Siroua, est desservi par une route goudronnée qui était en voie d'achèvement en 2012.

[58] Pour les éléments de contexte général, je me reporte à la monographie de la commune de Taliouine (2006) et aux travaux de Benhalima (2009), Lacroix (2005) et Troin (2002).

[59] D'après le recensement de 2004, la population de la région (estimée à 120 000 habitants) est à 95% rurale.



Carte 9 : situation de la commune de Taliouine dans la région de Souss Massa Draa et la province de Taroudant, et par rapport aux pôles urbains principaux (site Internet du pays des Ecrins).

Deuxièmement, la région de Taliouine apparait défavorisée au plan social. Le taux de pauvreté est partout supérieur à la moyenne rurale (qui est de 15,7%). Il atteint 17,6% à Taliouine et 20,4% à Assaisse. Les taux d'analphabétisme sont particulièrement importants. Troisièmement, au plan agricole, la région doit faire face à l'altitude (comprise entre 1000 et 3000 mètres) et à la rareté de l'eau, qui entrainent l'exiguïté et la dispersion des terres cultivables, et rendent les paysages beaucoup plus secs et minéraux que sur le versant Nord du Haut Atlas. L'agriculture se réduit le plus souvent à l'élevage ovin et caprin pratiqué de façon extensive, à la polyculture de subsistance et à la valorisation de quelques produits spécifiques (amandes, plantes aromatiques, câpres ; huile d'argan en direction d'Agadir).

La région bénéficie néanmoins de deux atouts majeurs. Le premier réside dans les investissements réalisés par les migrants. Taliouine a alimenté les flux migratoires en direction des grandes villes marocaines et de la France après la seconde guerre mondiale et aussi en direction de la Belgique et de la Hollande à partir des années 1980. A partir du début des années 1990, certains migrants, commerçants, ouvriers puis étudiants, se sont rassemblés en collectifs. Ainsi sont nées des OSIM (Organisations de Solidarité Internationale issues de la Migration). Elles constituent « des associations de migrants qui coordonnent les projets soutenus par les

communautés de migrants issus d'un même village et qui opèrent l'interface avec des bailleurs de fonds » (Lacroix 2005, p. 100). A travers ces structures, les migrants investissent pour leur communauté d'origine et contribuent ainsi à sa reproduction. Ils investissent dans des équipements de base (électrification, eau potable, routes, écoles) et dans le développement d'activités économiques (safran et, récemment, tourisme). La région peut aussi compter sur le soutien des émigrés de l'intérieur, partis travailler dans les grandes villes marocaines, notamment à Agadir et dans la région de Casablanca, très présents dans les associations villageoises et les fédérations d'associations telles que la Fédération de l'Anti-Atlas. Le deuxième atout réside dans la culture du safran. La production s'élèverait à 5 tonnes par an[60] et concernerait entre 1000 et 1500 familles, soit 7000 à 8000 personnes[61]. Les migrants, via l'OSIM Migrations et Développement (MD) participent à la restructuration de la filière en coopératives et à l'ouverture de la filière au commerce international.

Les spécificités du développement touristique dans la région de Taliouine

Alors qu'à l'échelle de la région Souss-Massa-Draa, le tourisme représente un secteur clé de l'économie, il ne peut pour le moment être considéré comme un véritable atout de la région de Taliouine. En effet, celle-ci fait figure de zone de passage entre les grands pôles touristiques que sont Agadir et Ouarzazate. Les touristes sont essentiellement des étrangers, qui font halte à Taliouine le temps d'une nuit. Ils logent soit dans une structure locale (on compte actuellement dans le centre de Taliouine 4 auberges, 1 hôtel, 1 gîte et 1 chambre d'hôte), soit dans leur camping-car. Certains font une randonnée de plusieurs jours dans le massif du Siroua. De tels circuits sont programmés par quelques TO étrangers seulement et sur une période de l'année limitée, à cause de la chaleur qui débute parfois dès le mois de mai. En été, les touristes sont des migrants de retour dans leur village, qui logent dans leur famille. Lorsqu'ils font du tourisme, ils visitent les grandes villes marocaines ou les stations littorales plus qu'ils ne sillonnent leur région.

Certains acteurs touristiques entendent faire de la région un lieu de séjour, qui ne se résout pas à une étape rapide. Pour cela, ils s'efforcent de valoriser les savoir-faire paysans autour du safran. L'acteur principal de cette valorisation est l'OSIM Migrations et développement, qui a mis en place un réseau d'auberges dans des villages situés tout autour de Taliouine. D'autres acteurs institutionnels encouragent la construction d'une image touristique de la région autour du safran.

[60] Selon les Actes du 2e forum de l'économie sociale et solidaire (2009, p. 55).
[61] Selon la brochure « Le safran marocain entre tradition et marché » (novembre 2007, FAO).

2. Les espaces d'étude « témoins »

En complément de ces trois espaces d'étude, d'autres espaces et projets ont fait l'objet de mon attention. Il s'agit de la station de ski de l'Oukaïmeden (Haut Atlas occidental), du site des cascades d'Ouzoud et de la vallée des Aït Bou Oulli (versant Nord du Haut Atlas central), de la région de production des roses de Kelaat M'gouna (vallée du Dadès), du village et de la kasbah de Timidarte (vallée du Draa) et du projet de l'association Terre et Humanisme à Skoura (Jbilet). Ils m'ont servis d'incubateurs de réflexion, de points de comparaison, me permettant de mettre en perspective les dynamiques que j'observais dans les espaces d'étude principaux. Certains de ces espaces et projets « témoins » m'étaient présentés par les acteurs des espaces d'étude principaux tantôt comme des modèles à suivre, tantôt comme des contre-modèles. Je me suis donc intéressée autant aux projets en eux-mêmes qu'aux représentations que pouvaient en avoir les acteurs des projets situés dans les espaces d'étude principaux. La présentation de ces espaces d'étude complémentaires s'appuie sur l'ouvrage de Troin (2002) et sur les données plus récentes comprises dans les monographies des communes concernées.

La station de ski de l'Oukaïmeden

L'Oukaïmden est une commune située dans le Haut Atlas occidental, à 74 kilomètres de Marrakech, à laquelle on accède par la vallée de l'Ourika. Elle est relativement peu peuplée[62] : les personnes qui travaillent à la station n'y résident pas, car elle n'a pas été créée à partir d'un noyau villageois existant. Elle date de la période coloniale : à partir de 1936, des routes, le refuge du Club Alpin Français, des chalets privés, 2 hôtels, et 2 téléskis y sont construits et, en 1948, des championnats de ski y sont organisés. Actuellement, le domaine skiable couvre 300 hectares, concentrés sur le flanc Nord du Jbel Oukaïmeden, entre 2620 et 3262 m d'altitude. Il est équipé d'1 télésiège et de 6 téléskis d'une capacité de 4000 skieurs par heure[63].

[62] La commune comprend 4440 habitants en décembre 2009 selon la DPE Al Haouz.
[63] Selon la Monographie de la province Al Haouz (juin 2010).




Figure 10 : la station de l'Oukaïmeden (octobre 2011).
Figure 11 : le télésiège de l'Oukaïmeden (février 2009).

Mais la station est peu fréquentée, du fait, entre autres, d'un problème d'enneigement récurrent ces dernières années. Face à ces difficultés, le Roi a décidé d'appuyer un projet financé par le groupe émirati Emaar sur une superficie de 600 hectares et pour un montant global de 1,4 milliards de dollars. Le projet vise à étendre le domaine skiable et la saison de ski, en ayant recours à la neige artificielle, et à attirer une nouvelle clientèle, en installant des hébergements de luxe, un golf et un centre commercial.

Le site des cascades d'Ouzoud

L'évolution du site de l'Oukaïmeden peut être mise en regard de celle des cascades d'Ouzoud. Ce site, à 36 km à l'Ouest d'Azilal, dans la commune d'Aït Taguella, borde le Haut Atlas central. Bien relié par la route à Marrakech et aux pôles touristiques régionaux (Beni Mellal, Azilal et Demnate), le site accueille 100 000 touristes par an, avec un pic de fréquentation en été[64]. Le tourisme s'y est développé particulièrement à partir de la fin des années 1990. La clientèle est une clientèle nationale, populaire. Les visiteurs restent une journée, pendant le weekend, et quelques jours, pendant les vacances. Dans ce cas, ils séjournent dans des campings ou des auberges. Quelques groupes d'étrangers font une excursion d'une demi-journée aux cascades. Certains touristes étrangers voyageant individuellement s'y arrêtent quelques jours et logent dans leur camping-car ou dans un hôtel. Durant leur séjour, les touristes se promènent, profitent de la fraîcheur des cascades et des nombreux cafés-restaurants situés à proximité, et réalisent quelques achats dans les bazars.

[64] Selon le Schéma Régional d'Aménagement du Territoire, 2008.



Figure 12 : touristes près des cascades (avril 2011).

Le site connait de nombreuses difficultés : saturation en été, pollution (bien que le site soit classé comme SIBE depuis 1943), manque de coordination entre les acteurs, absence de valorisation des produits locaux, manque de retombées économiques du tourisme pour les habitants de la commune, manque de diversité des activités. Face à ce constat, les autorités ont décidé de réaménager le site. Le projet revendique une dimension patrimoniale puisqu'il prévoit la création d'un circuit de randonnée qui permette de valoriser le patrimoine local naturel (grottes, sources de Tabounoute) et culturel (moulins à grains, greniers, village et *zaouia* de Tanaghmelt, tissage).

Les deux grands projets de réaménagement des sites de l'Oukaïmeden et d'Ouzoud permettent d'examiner les politiques touristiques menées par les institutions publiques en montagne dans leur ensemble et dans leurs contradictions, et de mieux situer les projets menés par les autorités qui visent à protéger et valoriser le patrimoine. Ils permettent de plus de mieux comprendre les projets dits alternatifs réalisés par des acteurs privés et associatifs, leurs responsables considérant les programmes de réaménagement de ces sites comme des repoussoirs.

Aït Bou Oulli

La vallée des Aït Bou Oulli est la voisine de la vallée des Aït Bouguemez. Elle fait partie des 4 communes ayant bénéficié du PHAC. Cependant, les flux touristiques sont restés réduits et les infrastructures touristiques peu nombreuses (il existe 8 gîtes contre 41 dans les Aït Bouguemez[65]), si bien que la vallée a peu bénéficié des effets du tourisme, contrairement à sa voisine[66]. Les touristes (en majorité

[65] Selon les Diagnostics Territoriaux Participatifs des deux communes (février 2010).

[66] La vallée est décrite comme une « poche de pauvreté » dans le Diagnostic Territorial Participatif. Elle est plus en difficultés que sa voisine, tous les indicateurs économiques et sociaux lui étant défavorables. Pour n'en donner qu'un seul : en 2007, le taux de pauvreté atteignait

étrangers) qui viennent visiter la vallée font de la randonnée et parfois du ski au Jbel Rat. Quelques voyagistes proposent en effet des circuits qui passent par la vallée. Depuis quelques années émerge une offre touristique qui valorise davantage les spécificités de la vallée (grottes, gravures rupestres, village fortifié d'Abachkou, savoir-faire artisanaux, danses et chants, paysages plus encaissés que ceux de la vallée des Aït Bouguemez). Cette nouvelle offre est principalement le fait d'un guide-propriétaire de gîte qui s'inscrit dans différents réseaux de tourisme dit alternatif et est en lien, par ce biais, avec des acteurs de la vallée des Aït Bouguemez et de la région de Taliouine. Son projet s'inspire de leurs réalisations. Il m'intéresse dans la mesure où il est le produit d'une réflexion nourrie d'échanges avec d'autres acteurs et dans laquelle le porteur du projet a une vision externe des projets menés dans les Aït Bouguemez et à Taliouine.

Kelaat M'Gouna et Timidarte

Ces deux espaces d'étude complémentaires se situent dans la région Souss-Massa-Draa, à proximité d'Ouarzazate : dans la vallée du Dadès, au Nord-Est d'Ouarzazate, dans la Province de Ouarzazate pour Kelaat M'Gouna, et dans la vallée du Draa, au Sud-Est de Ouarzazate, dans la Province de Zagora, pour Timidarte. Ils relèvent eux-aussi d'espaces de marge, où l'agriculture oasienne, dominée dans le Draa par le palmier-dattier et dans le Dadès, plus en altitude, par les noyers, les figuiers et les oliviers, est menacée par différents facteurs (aridité dans le Draa, ensablement des canaux d'irrigation, spéculation, *etc.*). Les populations de ces espaces peuvent néanmoins compter sur l'appui des migrants partis à l'étranger et dans les grandes villes marocaines (dans la fonction publique et l'armée), sur les associations qu'ils contribuent à animer, et sur le passage des touristes qui vont vers Errachidia et Zagora, attirés par les étendues désertiques du Sud-Est. La région de Kelaat M'Gouna est de plus un lieu de passage de randonneurs étrangers (la région a elle-aussi bénéficié du PHAC) et un lieu de séjour pour les touristes, étrangers et marocains, qui viennent visiter les *kasbahs* et assister au *moussem* (festival) de la rose, au mois de mai (figure 13). La région est intéressante en ce qu'elle a une expérience de valorisation du patrimoine architectural en terre et d'un produit du terroir, la rose, que je peux comparer avec le processus de valorisation du safran dans la région de Taliouine, plus tardif. A Timidarte, je me penche sur un projet de tourisme patrimonial mené en étroite collaboration entre un acteur privé et une association villageoise, qui vise à valoriser la *kasbah* et le *ksar* du village (figure 14).

10,6% dans la commune de Tabant et 19,1% dans la commune des Aït Bou Oulli, selon le Haut-Commissariat au plan.

Ce projet m'intéresse car il est considéré par certains acteurs touristiques de la région de Taliouine comme un modèle à suivre.



Figure 13 : une échoppe pendant le moussem de la rose (mai 2010).

Figure 14 : le ksar en cours de rénovation vu depuis le haut de la kasbah rénovée (novembre 2011).



Skoura

Le dernier projet complémentaire étudié est celui réalisé par l'association Terre et Humanisme Maroc (THM), une association militant en faveur de l'agro-écologie, dans un village situé dans les « Jbilet », au Nord de Marrakech, dans la plaine du Haouz. Cette petite barrière montagneuse, qui ne dépasse pas les 900 mètres d'altitude, domine de petites cuvettes arides. Celle de Skoura ne permet qu'une agriculture de subsistance, basée sur la céréaliculture et un peu d'élevage. Le village frappe par sa pauvreté. Le projet de THM est de créer un jardin agro-écologique expérimental et d'en faire un centre de formation pour les paysans marocains et les étrangers demandeurs. L'accueil de touristes apporterait les ressources nécessaires pour faire fonctionner le centre. Le projet est intéressant en ce qu'il constitue une réflexion sur le(s) tourisme(s) dits alternatif(s), sur le respect et la valorisation des singularités du village d'accueil, et en ce qu'il constitue une source de réflexion pour des acteurs touristiques de Taliouine impliqués par ailleurs dans l'association THM.



Figure 15 : le village de Skoura (R. Viegas, printemps 2010).

Précisons enfin que ma réflexion a également été alimentée par quelques autres lieux (vallée du N'fiss, Tazenakht, oasis de Tioute) et projets touristiques, notamment des musées, qui mettent en scène la « berbérité ». Il s'agit de la Maison de la Photographie, du musée Dar Si Saïd et du Musée berbère du jardin Majorelle à Marrakech, du Musée archéologique de Rabat et du Musée municipal du patrimoine *amazigh* à Agadir.

3. Un terrain « multi-site »

Si le « terrain » de cette recherche est composé d'espaces qui constituent des ensembles cohérents de projets touristiques, il ne peut s'y résumer. En effet, les projets sont portés par des acteurs qui ne se situent pas toujours physiquement sur le lieu des projets qu'ils réalisent en montagne, qui sont mobiles et s'insèrent dans des réseaux d'acteurs locaux, régionaux, nationaux. Les espaces autres qu'ils parcourent ou dans lesquels ils se fixent contribuent à donner du sens à leurs projets : ils disent quelque chose des acteurs, de leurs trajectoires socio-spatiales, donc de l'histoire de leurs projets. Pour cette raison, il m'a fallu également prendre en compte dans mon étude les espaces des acteurs et m'y rendre pour les y rencontrer.

Cosmopolitisme méthodologique, anthropologie multi-site et terrain mobile

Plusieurs auteurs se sont attachés à montrer l'intérêt d'une approche pluri-spatiale pour les recherches portant sur des mouvements identitaires. Ainsi, Ulrich Beck (2006) prône la prise en compte des connexions et réseaux constitutifs de ces mouvements, bien souvent influencés par des acteurs et des phénomènes qui se déroulent à l'échelle internationale. Pour considérer les revendications identitaires comme une dynamique dépassant le cadre national, l'auteur propose d'adopter une nouvelle position de recherche, un cosmopolitisme méthodologique, à la place du seul nationalisme méthodologique, qui conduit selon lui les chercheurs en

sciences sociales à assigner les individus à une identité unique, nationale. Il les invite à prendre en compte la cosmopolitisation du monde et des identités, à comprendre ces dernières comme renvoyant à des échelles différentes, aussi bien transnationale que locale et encore souvent nationale.

D'autres auteurs (Marcus 1995) ont montré que le contexte de mondialisation actuel entraîne une complexification des objets de recherche et remet en cause le terrain ethnographique classique, sédentaire et topographique, réalisé pendant un séjour fixe, long, dans un lieu unique[67]. Il prône, pour étudier la circulation de représentations, d'objets et d'identités dans des espace-temps diffus, une anthropologie « multi-site » impliquant un travail de terrain prenant en compte le temps long et des lieux différents. Julien Brachet (2012) montre la pertinence d'une pratique de terrain mobile quand l'objet d'étude est mobile : pour comprendre les tenants et les aboutissants des migrations transsahariennes, le chercheur doit suivre les migrants dans leur mobilité.

Un terrain multi-situé dans l'espace

Dans mon étude, la mobilité est une donnée importante : les touristes et les guides qui les accompagnent sont mobiles pendant les séjours. Pour comprendre ce qui se joue durant ceux-ci, j'ai ponctuellement suivi des groupes de touristes. Mon terrain peut être considéré comme un « terrain mobile », dans le sens où j'ai suivi les acteurs dans leur mobilité, ou comme un « terrain rhizomique » qui « suppose de travailler à la fois dans plusieurs sites fixes et en mouvement entre ces sites » (Brachet 2012, p. 555).

Mon terrain peut aussi être considéré comme un « terrain archipélagique », c'est-à-dire focalisé sur les espaces de fixité des acteurs mobiles. En effet, les porteurs de projets touristiques effectuent des allers retours entre la montagne, où ils réalisent leurs projets touristiques, et les grandes villes marocaines et l'étranger, où ils vivent parfois et où ils se rendent ponctuellement pour rencontrer des partenaires ou des membres d'un réseau touristique ou militant. Je suis allée interroger les acteurs dans les lieux où ils se fixaient pour un temps[68].

---

[67] Cette conception classique du terrain a imprégné aussi la géographie vidalienne, focalisée sur la région, et a influencé les géographes travaillant dans des terrains lointains. Quand le « choc culturel » était considéré comme plus important pour le chercheur, il lui était conseillé de réaliser un séjour de longue durée, en un même lieu, au sein d'une même population.

[68] Ainsi, j'ai rencontré : des porteurs d'initiatives privées à Marrakech, Azilal et Casablanca ; des guides à Marrakech (à la fin des circuits) ; des voyagistes marocains à Marrakech ; des membres d'associations régionales à Azilal, Demnate, Beni Mellal et Taroudant ; des membres

Un terrain multi-situé dans le temps

Marcus préconise, dans l'article de 1995 déjà cité, un travail de terrain permettant de prendre en compte les différents espaces dans lesquels s'inscrivent les acteurs du phénomène étudié et également les différentes temporalités de ce phénomène. Cette proposition fait sens dans mon cas : les acteurs du tourisme dit alternatif se positionnent par rapport à des représentations héritées de la colonisation. Il a donc paru nécessaire d'analyser les imaginaires touristiques de la montagne marocaine véhiculés durant le Protectorat français par les acteurs touristiques (j'y reviens en détail plus loin).

Il convient maintenant d'exposer les méthodes de collecte et d'analyse des données que j'ai choisi d'adopter, ces méthodes faisant partie intégrante du « terrain », compris comme une construction scientifique.

---

d'associations nationales à Marrakech, Casablanca, Rabat, Kénitra, Meknès, Agadir et Taroudant ; des représentants d'institutions chargées du tourisme à l'échelle d'une province à Azilal, Tahanaoute et Taroudant, à l'échelle d'une région à Beni Mellal, Marrakech, Agadir et Ouarzazate, à l'échelle nationale à Rabat ; des membres de réseaux internationaux à Lyon et Genève, pour les associations *amazighes*, en Ardèche et dans la Drôme, pour les associations agro-écologiques ; des voyagistes français à Villeurbanne, Bourgoin-Jallieu et Lyon ; une ONG de solidarité internationale à Grenoble.

Chapitre 4.
Une optique féministe et postcoloniale

Ce chapitre expose les réflexions qui ont sous-tendu les choix que j'ai faits en matière de méthodologie d'enquête et explicite ces choix. Ma réflexion a été alimentée par une littérature académique critique, féministe et postcoloniale, sur le rapport des chercheurs au terrain. Je présente ici la position éthique et méthodologique qu'elle m'a conduite à adopter, puis montre les implications d'une telle position dans le choix des types d'informations à rechercher, des sources où puiser les informations, des méthodes de collecte et d'analyse des données, et, enfin, montre comment cette optique aide à prendre en compte les biais qui risquent de fausser la recherche.

I. Réflexions sur la posture à adopter sur le terrain

La réflexivité des chercheurs anglo-saxons vis-à-vis du terrain, plus précoce que dans le monde académique français, a été particulièrement encouragée, depuis les années 1990, par les géographies féministes et postcoloniales. Celles-ci m'ont été particulièrement utiles pour réfléchir aux enjeux éthiques de mon travail et aux implications méthodologiques d'un positionnement éthique.

1. Déconstruire les rapports de pouvoir dans la recherche

Les géographies féministes et postcoloniales ont pour point commun de poser la question des enjeux de domination dans la recherche. Elles montrent que la relation d'enquête est fondamentalement déséquilibrée, puisque le chercheur a l'initiative de la relation, orchestre les discussions et a le pouvoir de diffuser sa version des faits. Elles insistent sur des types de domination différents.

Selon Chivallon (2001) et Collignon (2012), les « *feminist studies* » (Bondi *et al* 2002, Rose 1993, Sharp 2005) entendent dénoncer la position « masculiniste » des chercheurs, instaurant un rapport de pouvoir avec les enquêtés mais présentée comme neutre et objective. Elles prônent une science féministe, qui reconnait que les enquêtés existent en dehors de l'interaction avec le chercheur, donne du crédit à leur voix, leur rend service et reconnait la dimension subjective et émotionnelle de toute recherche. Elles revendiquent des savoirs situés, qui explicitent les

rapports de pouvoir qui les sous-tendent. Elles prônent l'objectivation des identités des partenaires d'enquête, dont celles de genre, qui influencent la recherche.

Quant aux études postcoloniales et subalternes, elles invitent le chercheur à décoloniser les rapports de pouvoir qui sous-tendent les discours, y compris scientifiques, sur les identités, de façon à surmonter le rôle qu'a pu avoir la géographie coloniale dans l'acte de catégorisation des « Autres » (Hancock 2007). Elles proposent de déconstruire les identités sociales figées par la colonisation et de valoriser la capacité des sociétés locales à les réutiliser, sans déconsidérer les identités collectives qu'elles revendiquent. Elles incitent le chercheur à donner la parole à ceux à qui les colonisateurs ont imposé des identités. Elles s'efforcent d'encourager le chercheur européen travaillant dans des pays anciennement colonisés par l'Europe et qui appartiennent, au sein du système géopolitique mondial actuel, aux « suds »[69], à prendre conscience de l'influence que peuvent avoir l'héritage colonial et la géopolitique actuelle sur la relation qu'il entretient avec ses interlocuteurs et sur ses propres représentations de la société étudiée. En effet, le chercheur, dans sa volonté de se faire le porte-parole des « sans voix », risque de reproduire une relation de domination qu'il voulait justement éviter. Les études postcoloniales prônent l'atténuation des relations de domination entre chercheur et enquêtés, et non leur effacement, impossible[70], en incitant le chercheur à adopter une posture sans cesse réflexive sur son rapport aux enquêtés et sur les représentations qu'il a d'eux.

[69] Je mets le terme entre guillemets et au pluriel pour prendre en compte les réflexions critiques faites sur cette notion (*Autrepart* 2007), qui montrent qu'elle fait passer pour objective une délimitation géographique entre un Nord puissant et riche et un Sud démuni, alors que cette délimitation semble de plus en plus délicate. Elles invitent à considérer que, dans le cadre de la mondialisation, il existe des Nords dans les Suds et des Suds dans les Nords, des espaces dominants et dominés à toutes les échelles et que leur localisation ne correspond pas à une localisation Nord/Sud à l'échelle mondiale. Elles invitent à décoloniser le vocabulaire scientifique.

[70] De nombreux auteurs ont montré les risques de la mission assignée au chercheur par les études subalternes, consistant à faire parler les « sans voix ». Bertrand (2007) voit dans cette mission un nouvel impérialisme. Chivallon (2007) y voit un nouveau risque d'imposition des normes de pensée européennes. Dès 1988, Spivak elle-même avait soulevé les problèmes que pose le fait de considérer le chercheur comme un éclaireur susceptible d'amener les « subalternes » à la conscience d'eux-mêmes et de déterminer lui-même qui est subalterne et qui ne l'est pas. Elle dénonçait cette posture comme hégémonique et réifiante.

2. Implications méthodologiques

Une pratique de recherche collaborative et engagée

Pour minimiser les rapports de pouvoir dans la recherche, les études féministes et postcoloniales proposent d'adopter des méthodes d'enquête favorisant l'interaction du chercheur avec les enquêtés. Pour que la recherche apporte de la considération aux acteurs et leur soit utile, Richie Howitt et Stan Stevens (2007) prônent une recherche « collaborative » ou « inclusive ». Collignon (2012) invite à adopter des méthodes faisant du chercheur et des enquêtés des partenaires de recherche, pour réduire la différence de statut qui existe entre eux. Cela implique pour le chercheur de passer du temps avec ses interlocuteurs et de s'engager à leurs côtés, parfois politiquement. Telle est la posture que revendique Christine Pirinoli (2004) dans la recherche qu'elle mène sur la mémoire palestinienne. Selon elle, dans un contexte violemment politisé, la prise de position du chercheur est à la fois inévitable et indispensable, pour qu'il soit reconnu par ses interlocuteurs et qu'il tisse des relations de confiance avec eux. La mise en œuvre d'une recherche collaborative implique enfin de faire des retours aux acteurs sur la recherche qui a été menée avec eux, dans une logique de contre-don.

Une écriture qui explicite les biais inhérents à la relation d'enquête

Le positionnement réflexif adopté sur le terrain doit être relayé et expliqué dans l'écriture scientifique. Elle doit objectiver les éléments qui ont affecté le processus de production des données et des connaissances. Par exemple, les « caractéristiques externes » du chercheur (sexe, couleur de peau, âge…) peuvent avoir de l'importance dans la façon qu'ont les enquêtés de le percevoir (Fournier 2006). Le chercheur se doit également d'objectiver dans l'écriture ses prises de position politiques, éthiques, sociales, pour que le lecteur situe la connaissance produite. Assumer la part de subjectivité inhérente à toute recherche doit aussi conduire, pour Hancock (2007), à utiliser le « je »[71].

[71] Elle le justifie ainsi : « j'ai appris, comme on l'apprend en France, qu'il ne fallait pas écrire la géographie à la première personne […]. J'ai pratiqué pendant longtemps toutes les techniques grammaticales d'impersonnalisation […]. Ces tournures n'abusent personne et on sait bien qu'en fait, c'est moi, cachée derrière, qui manipule la démonstration en coulisses. Il est donc normal que je dise aussi d'où je parle (ma position personnelle et ce qui est susceptible d'influencer ma subjectivité de chercheur) ».

Eviter les excès de la réflexivité

L'appel à la réflexivité à chaque étape de la recherche a fait l'objet de quelques critiques, qu'il importe de prendre aussi en compte, pour mettre en perspective les approches féministes et postcoloniales du terrain.

Jean-Pierre Olivier de Sardan (2008) invite à ne pas sous-estimer la capacité des enquêtés à mettre en œuvre des stratégies de défense, en donnant des informations fausses ou incomplètes à l'enquêteur, ou en lui répondant ce qu'il attend et non ce qu'il pense. Il peut manipuler l'enquêteur pour faire en sorte qu'il soutienne sa cause. Cela implique, pour le chercheur, d'être attentif à ne pas adopter un comportement dominateur mais aussi à ne pas se laisser instrumentaliser par ses interlocuteurs, en s'interrogeant sur les intérêts qui les poussent à l'aider.

Un autre risque de l'attitude systématiquement réflexive des géographes sur le terrain et de l'objectivation automatique de leur rapport personnel à celui-ci, est qu'elle ne conduise à une géographie qui n'aurait plus que pour objet le géographe. Bourdieu (2003) rappelle que l'intérêt de la réflexivité du chercheur sur son terrain est de produire une connaissance honnête d'un phénomène social, et non de faire l'examen d'une subjectivité personnelle pour elle-même. Olivier de Sardan (2008, p. 207) en appelle à l'« humilité méthodologique ». Selon lui, l'explicitation méticuleuse de la subjectivité du chercheur dans l'écriture n'est pas la garantie d'une recherche plus respectueuse d'autrui. Seul compte vraiment pour lui le comportement du chercheur sur le terrain, qui ne peut totalement s'expliciter.

Ces positionnements en matière d'éthique et de méthodologie interpellent ma propre démarche de recherche de multiples manières. Précisons que le choix des espaces d'études, présenté dans le chapitre précédent, s'inscrit dans la lignée des études postcoloniales et féministes : en concevant chaque espace d'étude comme l'espace des acteurs, j'entends m'efforcer de mettre en avant leurs représentations et leurs pratiques. Il s'agit, dans les développements qui suivent, d'expliciter mes choix méthodologiques à chaque étape, et de montrer en quoi ils intègrent une réflexion féministe et postcoloniale sur le terrain, et une réflexion critique sur la réflexivité du chercheur.

II. De la collecte à l'analyse des données

En matière de données et de sources d'informations, il m'a semblé judicieux de « faire feu de tout bois » (Beaud et Weber 2003, p. 138). L'« éclectisme des données » (Olivier de Sardan 2008, p. 71) semble permettre de mieux saisir un phénomène dans sa complexité. Pour saisir les récits identitaires individuels et collectifs produits par les acteurs de la mise en tourisme des identités, deux types d'informations méritent d'être collectés : les discours des acteurs sur leurs projets, leurs interactions avec les touristes et avec les objets qu'ils valorisent de façon à ce qu'ils racontent telle ou telle facette de l'identité. Dans la lignée des « *performative studies* », on peut en effet considérer que les pratiques des acteurs constituent un langage en soi, la mise en scène des identités étant une mise en récit de celles-ci. Pour collecter ces types de données, diverses techniques ont été choisies : entretiens avec les acteurs et constitution de corpus de documents iconographiques et textuels produits par ces acteurs (pour les discours des acteurs), observation participante (pour leurs pratiques). Pour le traitement des données, la méthode de l'analyse de discours a été retenue et adaptée à chaque type de données.

1. Collecter les données

Ici vont être présentées les techniques de collecte des données, celles que j'ai moi-même générées, à partir des discours et des pratiques des acteurs, à travers des enquêtes, et celles que j'ai constituées en corpus, qui rassemblent des documents d'acteurs relatifs aux projets touristiques patrimoniaux en cours et des brochures touristiques anciennes.

La collecte des données de première main

La majeure partie du « terrain » - entendu dans le sens classique du « temps passé dans les espaces d'étude » – a été réalisé durant plusieurs séjours, entre janvier 2009 et novembre 2013, dévolus à la réalisation d'entretiens (formels et informels, individuels et collectifs) et d'observations. Ces techniques de collecte me semblaient être les plus en adéquation avec un positionnement réflexif, féministe et postcolonial sur le terrain. Entretiens et observations ont été transcrits dans des carnets, supports de collecte des données de première main.

Les modalités d'enquête

Les entretiens individuels informels et semi-directifs

Les discours des acteurs touristiques ont principalement été collectés par entretiens, lors d'« interactions discursives délibérément suscitées par le chercheur » (Olivier de Sardan 2008, p. 47). Ils étaient le plus souvent individuels[72] et de type semi-directif : ils consistaient en des « interaction[s] verbale[s] animée[s] de façon souple par le chercheur » (Savoie-Zajc 2003), à partir d'un canevas de thèmes à aborder (annexe 2). Lorsqu'il devenait nécessaire de relancer la parole par des questions, celles-ci se voulaient les plus ouvertes possibles. D'autres entretiens ont été réalisés de manière informelle, c'est-à-dire qu'il s'agissait de discussions non planifiées à l'avance. Ces méthodes de collecte permettent de rapprocher l'entretien de la conversation et, ainsi, de réduire l'artificialité de la situation d'entretien. Elles donnent de la souplesse au chercheur dans la conduite de l'entretien pour être le plus à l'écoute possible de l'interviewé. Elles permettent de vérifier des connaissances factuelles obtenues sur les projets touristiques par les lectures et d'approfondir l'étude du sens que donnent les acteurs à leurs projets.

Un type d'acteurs a particulièrement été ciblé pour ces entretiens. Il s'agit des porteurs des projets touristiques dits alternatifs et de ceux qui interviennent directement dans la conception et la réalisation des projets. Je me suis également efforcée d'interroger : les acteurs jouant un rôle indirect dans ces projets (responsables dans les administrations intervenant, à l'échelle provinciale, régionale et nationale, dans l'activité touristique et dans la protection/valorisation du patrimoine ; voyagistes étrangers et marocains, basés dans les grandes villes ; ONG étrangère finançant le projet) ; les acteurs les plus concernés localement par ces projets, bien que n'étant pas directement partie prenante de ceux-ci (c'est à dire les autres acteurs touristiques de la vallée, les autres acteurs économiques – comme les paysans, qui peuvent voir d'un mauvais œil des projets qui accentuent la pression sur les ressources naturelles ou qui peuvent voir dans ces projets une opportunité pour écouler leurs produits -, les acteurs sociaux - présidents d'associations et d'assemblées villageoises, membres de ces instances - et les acteurs politiques –présidents des communes et membres des conseils municipaux). Dans la grande majorité des cas, j'ai interrogé les acteurs incontournables, les acteurs responsables des projets et ceux concernés directement ou indirectement par ces projets. J'y suis parvenue grâce à

[72] Le caractère individuel des entretiens doit être nuancé : bien souvent, d'autres personnes venaient assister ou participer à l'entretien. J'ai analysé leur présence comme un élément de compréhension du positionnement familial, social et politique de l'acteur interrogé initialement.

l'identification, la rencontre et l'aide de personnes médiatrices, qui m'ont ouvert la voie vers d'autres acteurs-clés. De plus, pour avoir des points de vue les plus variés possibles sur les projets, j'ai interrogé des personnes-ressource (telles que des personnes âgées présentées par les autres comme des sages), aussi bien que des personnes croisées au hasard : des enfants, des conducteurs de taxis, des personnes attablées à un café fréquenté, *etc*. Ainsi, j'avais accès à l'avis d'acteurs locaux aux identités socioprofessionnelles variées. Afin d'obtenir des échantillons représentatifs des différents groupes de personnes interrogés, j'ai multiplié les entretiens jusqu'à ce que les informations obtenues se répètent. En tout, j'ai réalisé un peu plus de 200 entretiens individuels. Précisons enfin que, dans la thèse, la plupart des personnes qui ont été interrogées ne sont pas anonymes parce qu'elles ont accepté de ne pas l'être.

Les parcours et visites commentés

Un type particulier d'entretien individuel, le parcours commenté, a paru intéressant[73]. Il s'agit pour le chercheur de partager avec un interlocuteur une déambulation suscitée par lui, mais dans des sites touristiques choisi par l'enquêté, et d'écouter ses commentaires. J'emploie le terme de « visite commentée » lorsque j'ai suivi un porteur de projet ou un guide avec le groupe de touristes qu'il accompagne durant la visite d'un lieu. Cette approche méthodologique a le mérite de mieux valoriser la parole de l'informateur, qui devient le guide du chercheur, de susciter une parole plus spontanée et plus incarnée, et de renforcer les liens de confiance avec l'interlocuteur, indispensables pour qu'il livre davantage le sens qu'il donne à ses projets.

Les entretiens collectifs

Deux entretiens collectifs ou *focus groups* – soit des réunions organisées par des chercheurs avec plusieurs acteurs - ont également été réalisés[74]. Le premier s'est déroulé à Tighdouine, en avril 2011. Il rassemblait des acteurs touristiques des vallées du Zat et de l'Ourika et des membres du conseil municipal de Tighdouine. Le second s'est déroulé à Marrakech en janvier 2012, avec des représentants d'instances touristiques provinciales ou régionales.

---

[73] L'idée de faire des parcours commentés avec mes interlocuteurs m'a été suggérée par la lecture de l'article de Sophie Mariani-Rousset (2001).

[74] En ce qui concerne la méthodologie des entretiens collectifs, je me suis essentiellement basée sur l'ouvrage de Sophie Duchesne et Florence Haegel (2008).



Figure 16 : *focus group* à Marrakech (Institut français de Marrakech, janvier 2012).

Ces entretiens collectifs ont été extrêmement utiles car ils ont mis en perspective les premières analyses. Les acteurs ont en effet pu réagir aux analyses des chercheurs, relayées à travers leurs interventions. Ces réactions ont permis de mieux identifier les conceptions différentes qu'ont les acteurs de la mise en tourisme des identités et d'étudier les rapports de pouvoir existant entre les acteurs (en écoutant leurs discours et en observant leurs interactions, leurs gestes et leur plus ou moins grande facilité à prendre la parole). Ces entretiens visaient également à être utiles aux acteurs y participant, en contribuant à la concertation entre eux et en débouchant sur des propositions concrètes pour le développement futur du tourisme dans leur région. L'analyse des discussions et des suites données par les acteurs à celles-ci alimentent ma réflexion sur la recherche-action et sur le chercheur comme acteur indirect du tourisme dans les montagnes marocaines.

Les observations

J'ai également utilisé la méthode de l'« observation directe »[75] pour collecter des données. Elle consiste pour le chercheur à regarder une situation, circonscrite dans le temps et dans l'espace, se dérouler en temps réel (Arborio et Fournier 2003, p. 6). Elle lui permet de s'imprégner du contexte, de rendre compte de pratiques sociales, gestuelles, verbales, des acteurs et du contexte dans lequel elles sont réalisées. Son avantage par rapport aux entretiens est qu'elle permet de résister aux discours des acteurs sur leurs pratiques en observant directement celles-ci. Elle permet de plus de glaner des informations en dehors d'une interaction provoquée par le chercheur, qui pourrait placer les acteurs en situation de supériorité.

Durant les séjours que j'ai passés dans les espaces étudiés, j'ai réalisé des observations durant les parcours commentés et les entretiens collectifs, et aussi de

[75] Je préfère ce terme, employé par Arborio et Fournier (2003), à celui d'« observation participante », car, pendant les moments d'observation, j'adoptais une posture de recul plus que d'implication, j'observais et prenais des notes à découvert et non incognito.

manière plus systématique: j'ai observé les touristes et les activités qu'ils pratiquent. J'ai participé à des journées de randonnée avec certains groupes. J'ai effectué des visites des projets touristiques. J'ai assisté au déroulement de deux festivals (celui des roses à Kelaat M'Gouna, en mai 2010, et celui du safran à Taliouine, en octobre 2011). J'ai participé, durant ce dernier, aux tables rondes qui rassemblaient tantôt des producteurs de safran, tantôt des acteurs touristiques. J'ai également assisté à des réunions d'associations. A chaque fois, j'observais les interactions des acteurs touristiques avec les touristes, les commentaires qu'ils faisaient sur les objets patrimoniaux et les identités valorisés, leurs interactions avec les objets et les lieux des projets, leur façon de les mettre en scène pour leur faire raconter des identités, leurs interactions avec les autres acteurs (de façon à décrypter les jeux d'acteurs) et, enfin, la manière avec laquelle les touristes pratiquaient, observaient, commentaient les lieux touristiques.

Les autres techniques de collecte testées mais non retenues

D'autres méthodes de collecte des données – présentées dans l'ouvrage dirigé par Michèle Grosjean et Jean-Paul Thibaud (2001) - ont été testées, pour être finalement écartées. J'ai essayé de faire commenter à mes interlocuteurs des photographies que j'avais prises dans des lieux touristiques. Cela n'a pas bien fonctionné, car ils n'avaient tout simplement pas besoin de celles-ci pour me parler de leurs projets et de ceux des autres. Dès que je le pouvais, je me suis efforcée de recueillir durant l'entretien d'autres matériaux que des matériaux oraux. J'ai essayé de faire dessiner des cartes mentales aux informateurs qui parlaient de lieux que nous n'avions pas sous les yeux. Mais ils étaient mal à l'aise pour dessiner et étaient déçus par leur propre réalisation, estimant qu'elles ne reflétaient pas leur façon de penser. L'utilisation ou la production de médiateurs durant les entretiens ne se sont pas avérées concluantes car il me semble qu'elles avaient tendance à introduire un rapport de pouvoir, en suscitant un sentiment d'infériorité chez les informateurs.

Le carnet de terrain comme support de collecte

Ces données de première main ont été collectées au moyen du « carnet de terrain », que Beaud et Weber (1998) définissent comme « un journal de bord sur lequel sont notés, jour après jour, dans un style télégraphique, les événements de l'enquête et la progression de la recherche » (p. 94). Ma lecture de journaux de terrain réalisés par des anthropologues et des sociologues (Favret-Saada 1981 et Rabinow 1988) m'ont convaincue de la pertinence d'un tel support de collecte.

Avantages et limites du carnet de terrain

Premièrement, le carnet de terrain, qui privilégie une collecte des données par l'écriture, m'est apparu comme un moyen de contourner les problèmes posés par l'enregistrement (intimidation des interviewés, méfiance par rapport à l'usage qui pourrait être fait de leur voix et de leurs propos). Au contraire, l'écrit s'est avéré être un moyen de rassurer mes interlocuteurs tout en établissant une relation de confiance avec eux : ils pouvaient contrôler ce que je retenais de leurs propos. Ils étaient souvent fiers de voir que je notais la quasi-totalité de leurs propos et étaient rassurés de voir qu'ils m'intéressaient. L'écriture était parfois être une interface me permettant d'obtenir certaines précisions : mes interlocuteurs pouvaient vérifier que j'orthographiais correctement un mot. J'ai donc préféré l'écrit, n'enregistrant que certains entretiens, réalisés auprès de personnes que j'avais rencontrées plusieurs fois ou qui avaient l'habitude de ce genre de méthode.

Deuxièmement, le carnet de terrain me semblait propice à la collecte de données diverses. Il permet de noter à la fois les discours entendus et les pratiques observées durant les entretiens et les séquences d'observation. Il permet d'écrire des réflexions sur la recherche en train de se faire et de noter de premiers éléments d'analyse. Il est ainsi fait de types de notes disparates. Je préfère utiliser le terme de « carnet » à celui de « journal » car il me semble plus à même de rendre compte de cette disparité. Tandis que le journal raconte la recherche après coup, le carnet en rend compte aussi sur le coup.

J'ai rencontré certaines difficultés dans la pratique du carnet de terrain. La première réside dans le fait qu'elle demande un important travail de mémoire. A la fin de la journée, il me fallait compléter mes notes, particulièrement lorsqu'un interlocuteur m'avait parlé d'une question sensible, et que j'avais préféré concentrer mon attention sur son propos et ne noter que certains termes clés. Le décalage entre le moment de l'observation et de l'entretien, et le moment de l'écriture, ne pouvait qu'induire la perte de certaines informations.

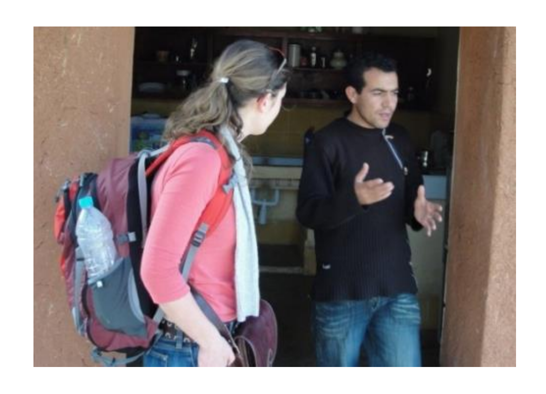




Figure 17 : entretien informel avec Khalid Ben Youssef à l'Ecomusée berbère de l'Ourika (G. Lecloirec, mars 2010).
Figure 18 : écriture du carnet de terrain dans l'Ourika (S. Varacca Oiry, mai 2010).

La seconde difficulté réside dans le fait que la parole des acteurs n'est pas restituée par l'écriture avec autant d'exactitude qu'elle ne le serait si elle avait été enregistrée, puis transcrite. Cela pose un problème important pour l'écriture d'une thèse qui entend faire entendre la voix des acteurs.

Les carnets dans le carnet

J'ai considéré le carnet de terrain à la fois comme un carnet d'enquête, un carnet de terrain et un carnet de recherche. Dans les parties « carnet d'enquête », je regroupais deux types de notes. D'une part, des notes repères qui permettent de se rappeler du contexte de l'enquête. Sont notés : l'événement observé, les personne(s) interrogée(s) ou observée(s), le lieu et le moment de l'observation, ma relation avec les personnes. D'autre part, des notes de voyage, soit des impressions personnelles sur la situation observée ou la personne interrogée. Elles constituent des éléments d'objectivation de la position de chercheur. Le « carnet de terrain » représente la majeure partie des notes. Elles contiennent : les thèmes abordés pendant l'entretien, les mots clés employés par l'interlocuteur, des citations entre guillemets, des paragraphes qui paraphrasent ses propos, des descriptions rédigées pendant les séquences d'observation, des fiches biographiques des enquêtés et des fiches descriptives des projets étudiés, rédigés après coup. Ces notes constituent les matériaux de base pour l'analyse. Le « carnet de recherche » contient quant à lui des notes d'analyse, soit les premières analyses. Elles s'avèrent très précieuses lorsqu'il s'agit de réaliser une analyse plus poussée. Il contient également des notes prospectives (entretiens à conduire plus tard, autres pistes de recherche à suivre, *etc.*), utiles pour faire avancer la recherche.

Les carnets contiennent également des documents, réalisés par mes soins - des croquis (plan d'un musée, circuit emprunté par les touristes, *etc*.), des schémas destinés à clarifier des éléments d'analyse – et des documents fournis par les acteurs. Ces documents ont été tantôt réalisés dans le carnet, tantôt collés dedans, de façon à ce qu'ils soient associés à tel entretien ou à telle séquence d'observation. Leur visée est pratique et mémorielle (les croquis permettent de se rappeler de la configuration d'un lieu), documentaire (les documents des acteurs apportent des informations supplémentaires sur leurs projets) et analytique (les schémas fournissent une première analyse).

La gestion formelle des carnets et des notes

Sur le plan formel, certaines règles de conservation, transcription, organisation et présentation des notes ont été observées. Les 19 carnets ont été étiquetés, par dates et par lieux. Les notes ont été transcrites à l'ordinateur, à chaque retour du terrain durant les premiers mois et à l'automne 2011. Les derniers carnets ne l'ont pas été, faute de temps. Mais ils ont tous été analysés avec le même système de codage thématique.

En ce qui concerne la présentation formelle des notes, un code de couleurs a été mis en place, pour dissocier les différents types de notes. En bleu apparaissent les notes repères, en vert les impressions personnelles, en noir les notes prises pendant ou après l'entretien ou l'observation, en rouge les notes d'analyse et en violet les notes prospectives (voir page suivante).

Dans l'annexe 1, j'ai listé les différents types de séquences compris dans les carnets: entretiens (E), *focus group* (FG), parcours commentés (P), visites commentées (V) et séquences d'observation (0). Ils sont classés non par carnet, dans l'ordre chronologique, mais par espace d'étude, pour donner une vision plus claire des acteurs interrogés dans chaque espace. Un code permet d'identifier la séquence. Par exemple, C5E14 signifie que l'on a affaire au 14e entretien dont il est rendu compte dans le 5e carnet. Ces codes seront utilisés dans les chapitres suivants pour renvoyer aux séquences.

Extrait d'un carnet de terrain transcrit :

Rencontre avec Lounes BELKACEM, président du Congrès Mondial Amazigh.
Charbonnières (69), au Conseil régional Rhône Alpes, à Charbonnières mercredi 15 décembre, entre 10 et 13h
Après un rendez-vous manqué à Grenoble, nous réussissons à nous retrouver au Conseil régional à midi, car LB y travaille ce jour-là. Nous discutons durant deux heures, d'abord en tête à tête, puis autour d'un repas avec d'autres élus. Durant la deuxième partie de l'entretien, il était plus difficile de poser les questions les plus sensibles.
Pourquoi vous êtes-vous investi personnellement dans cette association ? Et quel y est votre rôle ? Un investissement dans le mouvement amazigh ancien. Il est né en Kabylie et a vécu l'indépendance, le remplacement de l'armée et la langue française par l'armée et la langue arabe.
« Et quand on te traite de bledard quand tu arrives en ville pour tes études, tu comprends bien qu'on cherche à te marginaliser pas seulement parce que tu viens de la campagne mais parce que tu parles Kabyle ». […]
C'est à 20 ans qu'il est allé en France poursuivre ses études, à Grenoble. Il y rencontre d'autres étudiants kabyles. La parole est plus libre pour eux en France qu'en Algérie. Il participe avec d'autres étudiants à des associations militantes et rencontre des militants du mouvement breton.
Parcours du militant. Construction des revendications et du militantisme dans l'émigration et rôle des réseaux militants d'émigrés transnationaux et des réseaux régionalistes en Europe. […] J'ai eu l'impression d'un homme politique qui met en scène et sait dramatiser son engagement pour la cause amazighe. Il faudrait recouper les informations qu'il me donne avec celles d'autres militants du même mouvement mais d'autres pays et autres branches idéologiques, et avec des militants d'autres associations. A prévoir pour ce printemps.

La collecte des autres types de sources

Présentons maintenant la façon dont les documents d'acteurs relatifs aux projets touristiques en cours et les brochures touristiques récentes et anciennes ont été collectés et constitués en corpus. Ils sont classés dans la seconde partie de l'annexe 1, dans l'inventaire des sources documentaires.

Le corpus de documents d'acteurs

Les documents relatifs aux projets touristiques ont été collectés avant et après les séjours dans les Atlas, sur *Internet*, et pendant, quand ils m'étaient fournis directement par eux. Certains sont des documents internes : conventions de partenariats, notes de synthèse, comptes rendus de réunions et de missions, rapports d'études, *etc*. Ils ont pour objectif d'informer les parties prenantes du projet sur son avancée et de coordonner leurs actions. Leur intérêt est qu'ils

apportent des informations supplémentaires aux enquêtes sur l'historique des projets, la biographie de leurs porteurs, le sens qu'ils accordent aux projets et les débats qui peuvent exister entre les acteurs d'un même projet. D'autres sont des documents externes : dossiers de presse, catalogues d'expositions, sites Internet, bulletins d'informations, chartes, déclarations et manifestes, programme de journées d'études, brochures touristiques. Ils ont pour vocation de faire connaitre et de promouvoir un projet, notamment auprès des bailleurs de fonds et des touristes. Ils constituent des sources précieuses pour analyser comment les acteurs entendent présenter leurs projets, quels objets patrimoniaux et quelles identités ils entendent mettre en avant, et l'attention de quels acteurs ils entendent susciter.

Le corpus de documents publicitaires touristiques

Il a paru indispensable de se pencher sur les documents publicitaires destinés à des touristes potentiels, récents et datant de la période coloniale, pour voir l'évolution des imaginaires tels qu'ils sont façonnés par les acteurs du tourisme.

Les documents publicitaires touristiques récents

Trois types de documents publicitaires ont été récoltés :

- des brochures touristiques, c'est-à-dire des dépliants imprimés ou disponibles en ligne, publiées entre 2008 et 2012. Elles ont été collectées *via* les sites Internet dédiés aux projets touristiques et sur le terrain, pour les projets les plus récents. Ont été rassemblées : une dizaine de brochures de voyagistes marocains (8 basés à Marrakech, 1 à Fès et 1 uniquement présent sur Internet), 13 brochures de voyagistes étrangers (dont 3 brochures de TO généralistes, 3 de voyagistes spécialisés dans la randonnée et 7 de voyagistes dits « alternatifs ») et 3 brochures proposées par l'Office national marocain du tourisme (ONMT). L'une de ces dernières correspond au site *Internet* qui fait la promotion des offres « Kounouz Biladi », destinées aux touristes marocains. Une autre (trouvée dans une brocante à Lyon) date de 1993.

- 6 affiches touristiques publiées par l'ONMT entre 1985 et 2011. 6 sont récentes (elles datent de 2008 à 2011) et ont été collectées via le site *Internet* de l'ONMT. Une seule a été trouvée pour couvrir les années 1980-1990, soit la période du PHAC. Elle a été empruntée à Charbonnier (2013, p. 69). La brochure datant de 1993 et l'affiche datant de 1985, toutes deux publiées par l'ONMT, donnent un petit aperçu de ce que pouvaient être les imaginaires véhiculés par les documents touristiques dans les années 1980 et 1990.

- 3 guides spécialisés sur la montagne. Deux datent des années 1980, de l'époque du PHAC. Un autre date de 2004 et a été réédité en 2012. Tous ont été écrits par des alpinistes chevronnés passionnés des Atlas marocains. Le premier, édité en 1981, a été écrit par André Fougerolles, ingénieur hydraulique français, fondateur du Club Alpin Français de Casablanca en 1946, et instigateur du PHAC au début des années 1980. Le second, qui date de 1984, a été écrit par Michael Peyron, professeur d'anglais à Grenoble puis à Ifrane, spécialiste des dialectes, de la littérature, de la poésie orale et de la culture amazighs, et grand connaisseur des Atlas. Le troisième, plus récent, a été écrit par Hervé Galley, ingénieur et sociologue grenoblois, auteur de nombreux guides et topos sur les Alpes françaises. Il en existe d'autres[76], mais ceux-ci ont paru assez représentatifs de l'évolution du tourisme dans les Atlas et des discours sur ces montagnes, leurs habitants et leurs identités.

Les documents publicitaires touristiques anciens

Quant aux brochures touristiques anciennes, elles ont été collectées en 2009, avant de commencer les enquêtes, et en 2012, après les avoir terminées. Il fallait qu'elles soient accessibles, et, pour qu'elles puissent être comparées avec les brochures actuelles, il fallait trouver des documents du même type que ceux collectés pour la période récente - des brochures et des affiches touristiques – et des documents produits par le même type d'acteurs touristiques, des acteurs privés et publics. La majorité des documents collectés ont été publiés par des compagnies de transport. Cela s'explique par le fait que celles-ci ont été les maitres d'œuvre de la mise en tourisme du Maghreb colonisé, dès la fin du XIXe siècle[77]. Les compagnies, qu'elles desservent ou non les montagnes, ont produit des brochures et affiches touristiques, destinés à attirer les touristes potentiels, principalement des Français de la métropole. Les autorités coloniales, via les Fédérations de syndicats d'initiative, ont également joué un rôle important dans la mise en tourisme du Maghreb colonisé. Elles ont publié de nombreuses affiches et quelques guides. L'un

---

[76] Parmi lesquels, pour les années 1980-1990 : CHALUMEAU F., 1989, *Randonnées pédestres dans le massif du Mgoun*, Belvisi-Edisud, Casablanca-Aix-en-Provence ; COMINELLI C., 1984, *Ski dans le Haut Atlas de Marrakech*, Andorre, à compte d'auteur ; DOMENECH B., 1989, *Le Maroc. Les plus belles courses et randonnées*, Paris, Denoël. Pour les années 2000 : BORDESSOULE G. et PEYRON M., 2002, Maroc. *Haut Atlas, Moyen Atlas, Sirwa, Saghro*, Paris, Nathan.

[77] Pour l'histoire des débuts du tourisme au Maghreb et du rôle joué par les compagnies de transport, je m'appuie sur le travail que j'ai réalisé en 2007 dans le cadre d'un Master 2 en histoire. Il portait sur le mythe saharien et ce qu'il doit aux imaginaires touristiques coloniaux, cristallisés dans les années 1930, lorsque les premiers circuits touristiques ont été mis en place dans les confins algériens et marocains. L'objectif était de saisir quels imaginaires touristiques des marges avaient alors été façonnés et véhiculés. J'ai été amenée à travailler sur le rôle des autorités et des compagnies de transport dans la mise en tourisme des confins marocains.

d’eux, édité en 1938 et réédité en 1942, porte sur le massif du Toubkal. Il a été écrit par un géographe (Jean Dresch), un cartographe-dessinateur (Théophile-Jean Delaye) et un alpiniste (Jacques de Lépiney), plus ou moins liés au pouvoir colonial[78].

Pour collecter des documents touristiques publiés à l’époque coloniale par ces acteurs, j’ai pris contact avec des fondations privées spécialistes des compagnies de transport à l’époque coloniale :

Le Centre d’Archives et de Documentation de la Fondation Berliet, installé à Lyon, a été créé en janvier 1982 par les descendants de Marius Berliet (né en 1866 et décédé en 1949, il est le fondateur de la marque de camion Berliet) et par la société Renault (qui absorbe Berliet en 1978). Il est dédié à la sauvegarde et à la valorisation du passé de l’automobile de la région lyonnaise ainsi qu’à l’histoire du camion français. On y trouve des fonds d’archives importants sur les compagnies de transport au Sahara, car elles passionnaient Marius Berliet. Son fils, Paul Berliet (1918-2012), a continué à alimenter ponctuellement ces archives. Ces fonds, que j’avais déjà explorés pour mon Master 2, contiennent quelques dossiers de compagnies de transport ayant mis en place des circuits automobiles au Maroc. J’y ai trouvé 4 brochures publicitaires éditées par ces compagnies, des documents administratifs de celles-ci et leur correspondance avec les autorités coloniales ou d’autres compagnies, des articles de journaux et de revues. Dans la bibliothèque, j’ai trouvé des guides (1 guide Dunlop, 2 guides Michelin et les 2 guides sur le massif du Toubkal évoqués précédemment). J’ai retenu, pour la constitution de mon propre corpus, les brochures touristiques (dans la perspective de les comparer avec les brochures récentes) et également les autres types de documents, car ils sont tous destinés à des touristes potentiels et contribuent à construire l’imaginaire touristique de la montagne à la période coloniale. Ce sont des documents souvent antérieurs à la période où s’est véritablement développé le tourisme dans les Atlas marocains mais ils évoquent la montagne. J’ai également retenu les guides touristiques, pour pouvoir les comparer avec ceux de Fougerolles (1981), Peyron (1089) et Galley (2004).

D’autres documents touristiques de la période coloniale ont été collectés par l’intermédiaire de la Fondation Slaoui, une fondation privée située à Casablanca[79]

[78] Jean Dresch était connu pour ses positions anticolonialistes.
[79] La fondation a ouvert un musée à Casablanca en 2012, que je n’ai pu visiter pendant ma thèse. Mais auparavant, la collection d'affiches coloniales avait été rassemblée dans un ouvrage paru en 1997 (Ghozzi 1997). Les affiches utilisées ici ont été trouvées dans cet ouvrage.

et créée en 1997 par Abderrahman Slaoui (1919-2001), un industriel, homme d'affaires et collectionneur d'objets variés. La collection qui nous intéresse ici est celle des affiches publicitaires publiées, depuis la fin du XIXe siècle jusqu'aux années 1970, par des compagnies de transport desservant entre autres le Maghreb, et par des institutions telles que les syndicats d'initiatives et offices du tourisme. Elles concernent le Maghreb, le Machrek, l'Asie. La fondation possède peu d'affiches qui évoquent la montagne marocaine : j'en ai retenu 7 pour mon corpus. 5 ont été publiées par des compagnies de transport (CTM, PLM, Air Atlas) et 2 par la Fédération des syndicats d'initiative et de tourisme du Maroc. Elles ont été réalisées par des artistes de renom résidant sur place, comme Derche et Majorelle. La plupart datent des années 1920. Celles d'Air Atlas datent du début des années 1950. Elles permettent donc de voir l'évolution des imaginaires véhiculés par les affiches. L'étude des affiches m'est apparue particulièrement pertinente pour saisir des imaginaires, car, comme le souligne Blanchard (2007, p. 135), l'affiche « tente de réduire à son plus simple discours l'imaginaire sur ce que l'on veut dire aux regards du « regardant » et sur ce que l'on veut dire d'un espace et de ses populations ». Pour cette raison, j'ai cherché à compléter ce corpus d'affiches. Dans l'ouvrage de Jérôme Peignot (1988), qui constitue un recueil commenté d'affiches d'Air France, et au Musée d'Air France à Paris, j'ai trouvé 3 affiches sur le Maroc mettant elles aussi en scène la montagne, deux publiées par la compagnie Latécoère en 1921, une publiée par Air France en 1950.

Le classement de ces documents en annexe a été effectué par types d'acteurs puis par fonds d'archive (pour mettre en valeur l'originalité de chaque fonds).

2. Analyser les discours

Des données de types variés – discours oraux et écrits, images, pratiques - ont été collectées. Elles relèvent toutes du discours (les pratiques corporelles observées y compris : les gestes constituent un langage en soi). Elles ont donc été traitées suivant la même méthode : celle de l'analyse de discours.

La méthode de l'analyse de discours

L'analyse de discours constitue une des méthodes de traitement des données qualitatives privilégiées en sciences sociales. Il s'agit d'une approche globale des discours : elle prend en compte le contexte d'énonciation, les caractéristiques de celui qui énonce le discours et s'intéresse à l'organisation narrative des discours, pour saisir les chaines de sens et comprendre la logique interne du discours, son sens global. Elle part du principe, qui a été défendu par Ferdinand De Saussure puis

par Roland Barthes (1985 [1966]) et fonde la sémiologie, selon lequel tout élément discursif a deux faces, un signifiant et un signifié. Le signifiant, la représentation sensible, perceptible, renverrait à autre chose qu'à un référent réel : il renverrait à un signifié, un deuxième niveau de signification, à une valeur, une représentation, soit quelque chose qui fait sens pour un individu ou un groupe. L'analyse de discours se base sur l'idée selon laquelle, en décryptant les discours, on pourrait parvenir à ce qui fait sens pour les individus, pour appréhender le social dans toute sa complexité.

L'analyse de discours semble être une méthode particulièrement adaptée à un travail sur les identités, car, comme le rappelle Petite (2009, p. 10), les identités sont des construits sociaux en partie discursifs. Le discours objective et (re)construit des identités qui deviennent des réalités sociales. Etudier les discours permet d'accéder à ces réalités, de retracer les processus qui en sont à l'origine, et de saisir les représentations qui les sous-tendent. Cela permet de comprendre la logique qui préside à l'énoncé de telle identité. Cette technique donne donc des outils pour décrypter des discours identitaires sans les juger.

Cette méthode permet également d'analyser les jeux d'acteurs, les rapports de pouvoir que reflètent les discours sur les identités tout en participant à la construction de ces rapports. Elle invite le chercheur à considérer, dans la lignée de Michel Foucault, que le discours relaie des normes qui perpétuent des rapports de pouvoir, et invite à décrypter quelle place l'énonciateur accorde aux autres acteurs dans son discours, comment il en parle, quelle place il accorde aux identités énoncées par les autres et comment il les considère.

Plus prosaïquement, l'analyse de discours permet d'analyser des données factuelles, sur les projets des acteurs. Cette méthode a été utilisée quelque peu différemment pour traiter les carnets de terrain et les corpus documentaires.

L'analyse des carnets de terrain

Pour faciliter l'analyse des carnets, ceux-ci ont été codés. Dans un premier temps, les thématiques qui semblaient les plus pertinentes pour l'analyse ont été identifiées. Celles retenues sont exposées dans les chapitres suivants. Elles correspondent à celles abordées pendant les entretiens et à celles qui ont guidé les observations. Elles ont cependant évolué au fil des enquêtes, qui ont permis de sélectionner les thèmes les plus importants. Par exemple, la catégorisation des acteurs a été affinée au fur et à mesure que ma compréhension des parcours des acteurs progressait. Dans un second temps, il a fallu faire correspondre des parties

des carnets à ces thématiques. Le logiciel Atlas TI a été utilisé pour les carnets retranscrits. Pour les autres, des techniques plus classiques (codage avec des surligneurs) ont été mobilisées. L'analyse des entretiens et des séquences d'observation a également consisté à décrypter l'argumentation et les logiques internes des discours, pour en comprendre le sens, à les replacer dans un contexte plus large d'énonciation (conditions de l'enquête, éléments du contexte qui influent sur le discours, stratégies de légitimation des discours, conséquences politiques et sociales du discours, *etc.*) et à comparer les informations obtenues au cours des enquêtes, pour en évaluer la crédibilité.

L'analyse des corpus documentaires

L'analyse des textes

Les textes récoltés ont été eux-aussi codés, à partir des mêmes thématiques que celles identifiées pour le codage des carnets, de façon à pouvoir mettre en perspective les actions et discours oraux des acteurs. Ils ont été traités par le biais d'une analyse de contenu. Elle consiste à compter les mots ou expressions selon des indicateurs lexicaux et à identifier la surface rédactionnelle consacrée à telle thématique pour connaître l'occurrence des termes et des thèmes qui reviennent le plus fréquemment et savoir ainsi quels axes principaux structurent le discours en termes de sens. Cette technique s'est avérée intéressante pour comprendre les représentations et les logiques qui sous-tendent les discours, discrètes dans les textes officiels car ils utilisent un vocabulaire conventionnel paraissant neutre. Cette technique a été complétée par une analyse de discours proprement dite, qui a permis, en prenant en compte des éléments internes (structure) et externes (contexte) au texte, d'étudier la manière dont le sens global du texte est construit.

L'analyse des images des documents publicitaires touristiques

Pour l'analyse des images, telles que les affiches ou les photographies illustrant les brochures touristiques, il a fallu adapter la méthode de l'analyse de discours. En effet, les images apparaissent plus difficiles à analyser qu'un discours oral ou écrit car elles peuvent être considérées comme plus polysémiques : l'image est constituée de signes visuels épars, que l'on ne perçoit pas de façon linéaire mais que l'on perçoit simultanément.

Plusieurs techniques d'analyse de l'image (Gervereau 2004, Joly 1994 et 2001 et Rose 2001) ont été combinées, pour aboutir à la grille de lecture suivante. La première étape, la description interne de l'image, consiste à en décrire et analyser la composition (couleurs, formes, volumes, surfaces, cadrage, angle de prise de vue, point de vue, lignes directrices, éclairage, mise au point) et le contenu

(thématiques abordées, manière dont les éléments formels font sens). La seconde étape, inspirée de la sémiologie, consiste à analyser le message porté par l'image en se focalisant sur le destinateur puis le destinataire. Il s'agit alors d'explorer plus avant leurs identités, leurs motivations et les relations de communication qu'ils entretiennent. La troisième étape, inspirée de l'histoire culturelle, consiste à analyser l'image en prenant en compte les éléments externes (auteur, commanditaire, date d'édition, lieu d'édition, support, sujet, légende) et en la replaçant dans le contexte social, culturel et politique de sa production et dans le contexte de sa réception, afin de saisir comment le sens attribué à une image évolue et comment il circule d'une image à l'autre. Une telle grille permet d'analyser quels imaginaires sont produits et véhiculés par les documents publicitaires touristiques, comment ils le sont formellement, en quoi ils relèvent de l'idéologie coloniale, dans quelle mesure et comment ces représentations circulent dans les documents promotionnels actuels.

III. Faire avec les biais

Durant la collecte et l'analyse des données, certaines difficultés, qui concernent la façon de gérer ma subjectivité et mes engagements, les rapports de pouvoir qui peuvent imprégner la relation que j'entretiens avec mes interlocuteurs, et les problèmes suscités par la traduction de leurs paroles, sont apparues. Inhérents à la recherche, selon Karine Ginisty et Jeanne Vivet (2008), les « biais » peuvent être utilisés comme des outils pour réfléchir aux méthodes adoptées et les ajuster. Tel est l'usage que je me suis efforcée d'en faire.

1. Faire avec la subjectivité et l'engagement

La subjectivité du chercheur est présentée par les géographies féministes comme devant faire l'objet d'une prise de conscience et d'une objectivation, pour que le discours scientifique soit situé. J'y ai réfléchi tôt dans mon travail car le choix de mon sujet a été influencé par divers intérêts personnels :

Il a été en partie guidé par mon intérêt pour les cultures régionales et leur défense, conséquence assumée d'une histoire familiale liée au militantisme breton. Cette histoire a joué un rôle dans ma volonté d'accorder de l'attention aux acteurs *amazighs* militants qui utilisent le tourisme comme un instrument susceptible de servir des revendications politiques, dans un contexte marocain où, depuis l'Indépendance, les revendications identitaires sont considérées avec méfiance et suspectées de vouloir remettre en cause l'unité nationale, mais où on assiste à une

ouverture récente sur la question. Dans la sélection de projets touristiques que j'ai effectuée, je me suis efforcée de ne pas extrapoler la place de ces projets militants, qui attiraient ma sympathie, de leur donner leur juste place parmi les autres projets touristiques, majoritaires, mettant en avant des identités *amazighes* moins explicitement politisées. Il est également influencé par mon intérêt pour le monde associatif et mon engagement dans des associations sur lesquelles j'ai travaillé pour ma thèse (Terre et Humanisme et Migrations et développement). Là encore, il aurait été tentant pour moi de survaloriser le rôle joué par les associations dans le renouveau de l'offre touristique dans les Atlas marocains. Je me suis donc efforcée de tempérer systématiquement le point de vue des porteurs de projets associatifs par le point de vue d'acteurs privés et institutionnels. Enfin, il est clair que ma sympathie pour la cause féministe m'a incité à choisir, entre autres, des projets touristiques où les femmes jouaient un rôle et à leur donner la parole[80]. Dans l'analyse que j'ai faite de ces projets, je me suis efforcée de ne pas extrapoler le rôle qu'elles y jouent. Il m'a fallu aussi écouter leurs priorités et leur vision du féminisme pour ne pas imposer ma propre vision.

Durant les enquêtes, le fait d'afficher mon enthousiasme envers les projets qui m'intéressaient, au regard de mes propres engagements, me permettait d'avoir accès à plus d'informations, car cela renforçait la relation de confiance que j'entretenais avec mes interlocuteurs. En revanche, dans l'analyse, il m'a fallu faire des efforts incessants pour tenir à bonne distance mon objet de recherche et mes propres convictions. Précisons enfin que l'écriture des carnets et les échanges fréquents que j'ai eus, avant, pendant et après mes séjours sur le terrain, avec mes collègues du programme de recherche MIST-AA, avec les traducteurs, et avec les amis qui m'ont accompagnée, ont constitué d'efficaces exutoires et outils pour faire de mes impressions subjectives sur le terrain des instruments d'analyse.

2. Faire la part des choses sur les rapports de domination

La lecture de recherches féministes et postcoloniales m'a incitée à m'interroger sur les conséquences que pouvait avoir le fait d'être une femme, européenne, sur la relation que j'entretenais avec mes interlocuteurs.

[80] Je n'ai pas voulu centrer mon analyse sur la réinvention des identités féminines à travers le tourisme pour plusieurs raisons. Parce que je refuse que les femmes soient un sujet uniquement pour les femmes. Parce qu'à mon sens, il ne suffit pas d'être une femme pour comprendre des femmes. Parce que je voulais pouvoir comprendre la dynamique du tourisme « alternatif » d'une manière générale et qu'il s'avère que ces projets sont majoritairement à l'initiative des hommes. Parce que je voulais comprendre la place des femmes dans cette dynamique, ce qui impliquait avant tout de décrypter la place dominante des hommes.

Faire du terrain en tant que femme

La réalisation de mes enquêtes s'est faite dans un monde masculin, la majorité des acteurs étant des hommes. J'avais la crainte que le fait d'être perçue en tant que femme influence le déroulement de mes enquêtes négativement. J'ai eu effectivement affaire à quelques interlocuteurs masculins qui n'hésitaient pas à remettre en question mes connaissances et adoptaient un comportement condescendant à mon égard. Mais cela m'est arrivé rarement. Au contraire, il me semble avoir pu exploiter positivement le rapport de genre. Je m'arrangeais souvent, dans la conversation, pour glisser que j'étais mariée. Cela mettait à l'aise certains interlocuteurs, rassurés de pouvoir m'attribuer un statut social clair. Cela permettait aussi de rassurer certains interlocuteurs sur le statut de la relation que j'entretenais avec le traducteur. Bien que cette « technique » me déplaise, elle contribuait à clarifier la relation d'enquête et à en faire une relation de confiance.

Il me faut également souligner les conséquences du fait que j'étais le plus souvent accompagnée par un traducteur, et non une traductrice. Cela rendait l'approche des femmes actrices du tourisme plus difficile. Par ailleurs, certains des hommes interrogés avaient tendance à répondre au traducteur plutôt qu'à moi et montraient qu'ils étaient gênés de me parler (ils fuyaient mon regard). J'ai fini par comprendre que, pour eux, cela était plutôt une marque de respect envers moi. Finalement, observer les rapports de genre qui sous-tendent les rapports d'enquête, et décrypter les codes qui régissent ces rapports, m'a permis d'analyser comment les sexes sont construits socialement dans la société que j'étudie.

Faire du terrain en tant qu'Européenne

Les quelques fois où j'ai ressenti un rapport de pouvoir dans une relation d'enquête, je me suis demandé s'il ne relevait pas plutôt d'un rapport de pouvoir de type postcolonial. L'observation de ma couleur de peau ou la connaissance de ma nationalité française auraient-elles eu une quelconque influence sur le comportement de mes interlocuteurs ? Jarry *et al* (2006) font le constat que souvent, l'enquêtrice est identifiée comme européenne plus que comme femme. Ma présence en tant que chercheuse européenne a alimenté des réactions ambivalentes.

Certains interlocuteurs voyaient en ma présence un danger : danger que je travaille sans autorisation, et qu'ils soient considérés par les autorités comme fautifs de m'avoir répondu. Je les rassurais en leur montrant mon autorisation de travail, attribuée par le Ministère de l'Intérieur. Il m'est arrivé une fois de subir des

pressions de la part d'un représentant des autorités, alors que je lui présentais mes intentions de recherche, pour que je ne travaille pas sur les associations *amazighes*, dénuées d'intérêt selon lui. Mais la plupart du temps, les représentants des autorités et les acteurs touristiques s'ingéniaient à m'aider, précisément parce que j'étais étrangère, et appréciaient le fait qu'en tant qu'étrangère, je m'intéresse à leurs projets.

Durant les enquêtes, il n'était pas rare que mes interlocuteurs partent du principe que ma vision des *Amazighs* était pétrie de clichés, pour ensuite me proposer une autre vision de leur identité. Ce faisant, ils me montraient quelle était leur perception des représentations les plus fréquentes des touristes, et quels discours ils leur tenaient. Être assimilée à une touriste européenne avait donc l'avantage de me faire entendre le discours adressé aux touristes européens par les acteurs touristiques sur les identités *amazighes*.

Dans d'autres cas, les femmes interrogées dans les coopératives, qui parlaient rarement français, se sentaient en situation d'infériorité par rapport à moi. Pour que ce sentiment s'atténue, je prenais garde à valoriser leur témoignage et me livrais moi aussi, pour que l'échange soit plus symétrique.

Une autre conséquence du fait d'être perçue comme Européenne était que les acteurs me sollicitaient souvent pour que je devienne la porte-parole de leur cause et, surtout, pour que je les aide à trouver des bailleurs de fonds. Ce genre de situation montre que la relation de pouvoir que constitue parfois la relation d'enquête était moins de type postcoloniale que liée aux rapports de domination économique qui caractérisent le monde globalisé. Cette situation d'attente était parfois difficile à gérer. J'indiquais clairement à ceux qui me sollicitaient que je ne pouvais pas les aider directement. Mais je me suis attachée à mettre les acteurs en contact, afin qu'ils échangent sur leur projets. Je me suis engagée dans des associations par ma présence à certaines réunions et mon soutien financier, en adhérant. J'ai ponctuellement et modestement participé à des événements qu'ils organisaient avec les touristes ou avec les habitants. Quand les acteurs me le demandaient, j'ai apporté mon point de vue sur leurs projets, je leur ai communiqué mes articles scientifiques et je les ai tenus au courant des publications qui pouvaient les intéresser. Il est arrivé que certains acteurs participent à des colloques avec moi. Lors du colloque final du programme MIST-AA, nous avons invité des acteurs à participer à tout ou partie des échanges, *focus groups* et journées sur le terrain. J'ai également participé à la publication de brochures

destinées aux acteurs, réalisée avec les services de la coopération suisse, qui devrait leur être distribuée dans les mois prochains.

Enfin, au moment de l'analyse, je me suis efforcée de faire attention à ne pas plaquer ma vision des choses, européo-centrée. Pour tenter d'éviter cela, j'ai soumis mes analyses et mes articles à des personnes que je qualifie d'intermédiaires entre le terrain et le monde académique pour les traducteurs, entre le terrain et l'Europe pour certains acteurs[81]. Leurs réactions m'ont aidée à gagner en distance critique.

Le terrain, une pratique dépendante de relations sociales complexes

Fournier (2006) souligne l'influence sur la relation d'enquête d'autres caractéristiques visibles de l'enquêtrice, tels que l'âge ou le statut professionnel. Dans mon cas, l'âge ne m'a pas semblé être une contrainte : il m'a permis d'inviter à la parole et de valoriser la parole des enquêtés en me présentant d'abord comme une novice. Il en va de même du statut professionnel. Quand j'avais affaire à des personnes que je savais relativement diplômées, je me présentais comme une enseignante, ce qui me valorisait à leurs yeux. Quand j'avais affaire à des personnes peu diplômées, je me présentais comme une étudiante, en quête de renseignements qu'ils étaient à même de me donner, pour les mettre à l'aise.

3. Faire avec les risques de la traduction

Un dernier « biais » demande à être évoqué. Il réside dans le fait que je ne parlais pas suffisamment bien l'arabe marocain et les dialectes berbères pour pouvoir me passer de traducteur. Soit j'imposais le français à des acteurs qui, le plus souvent, le parlaient (mais, dans ce cas, ils ne pouvaient exprimer leur pensée dans leur langue maternelle), soit j'avais recours à un traducteur, ce qui m'empêchait d'avoir une relation directe avec les enquêtés. Afin que l'information que j'allais obtenir soit la plus proche possible des propos prononcés par les enquêtés et que les mots et expressions utilisés par le traducteur pour traduire mes questions soient les plus proches de mes idées, de longs échanges ont eu lieu avec chacun des traducteurs. La tâche a été considérablement facilitée par le fait que les traducteurs étaient géographes, étudiants à l'université de Marrakech, ou, pour l'un, salarié d'un bureau d'étude réalisant les diagnostics territoriaux dans des communes sur lesquelles je travaillais, et qu'ils étaient tous originaires de zones dans lesquelles on

[81] Je pense notamment à Annie Lauvaux et Mahjoub Bajja, co-fondateurs de l'association de tourisme éco-solidaire Maroc Inédit.

parle un dialecte *amazigh*. De ce fait, ils constituaient, bien plus que des traducteurs, des personnes clés qui m'aidaient à appréhender et comprendre le terrain, et me facilitaient la prise de contact avec les acteurs.

Une dernière remarque doit être faite sur la traduction dans le texte de la thèse. Le plus éthique aurait été de citer les acteurs dans leur langue et de mettre en regard la traduction en français. Mon niveau d'arabe et de *tamazight* et l'absence d'enregistrement des entretiens, qui auraient pu permettre une traduction précise, ne me l'ont pas permis.

Conclusion

Au terme de ce chapitre, il importe de souligner l'intérêt des géographies féministes et postcoloniales en termes de méthodologie. Elles permettent de redéfinir le terrain comme un ensemble d'espaces et de méthodes de recherche formant un tout cohérent. Elles invitent à un positionnement réflexif permettant de trouver la bonne distance entre ses engagements et sa subjectivité d'un côté, son objet de recherche de l'autre, et de mesurer l'influence de divers éléments de contexte sur la relation d'enquête. Cependant, il n'apparait pas souhaitable, car cela serait impossible, d'objectiver tous les moyens mis en œuvre pour que la recherche soit la plus honnête possible. Seule la façon de conduire et de présenter l'analyse, à laquelle nous en venons maintenant, peut être garante de cette honnêteté.

Partie 3.
Territorialiser les identités collectives

Chapitre 5.
Fabrication et évolution des imaginaires touristiques des Atlas marocains

Dans cette troisième partie, l'objectif est d'analyser l'évolution des imaginaires touristiques de la montagne marocaine depuis que le tourisme s'y est développé, en différenciant plusieurs périodes : la période coloniale, période de construction d'images touristiques de la montagne dite « berbère » ; les années 1980-1990, période de développement d'un tourisme de randonnée dans le cadre d'un programme étatique et d'inflexion des imaginaires ; et la période actuelle, qui voit l'émergence d'offres de tourisme patrimonial et l'adoption d'un discours sur les identités. La mise en perspective historique, réalisée dans ce chapitre 5, a pour but de valoriser, dans le chapitre 6, ce qui différencie les offres de tourisme patrimonial des offres de tourisme de randonnée et d'excursion, majoritaires dans les Atlas, et d'interroger leur caractère novateur. Pour cela, il s'agit de comparer les offres, notamment les référents identitaires qu'ils mobilisent et la manière dont ils le font. *In fine*, je pourrai interroger comment les offres « alternatives » travaillent les identités. L'objet du chapitre 6 sera de montrer que les porteurs de ces offres retravaillent les identités sociales héritées de la période coloniale, et qu'ils revendiquent et valorisent d'autres identités collectives, pour les territorialiser.

L'analyse présentée dans ce chapitre se fonde sur une lecture critique des recherches réalisées en histoire et en géographie sur le tourisme au Maroc depuis la colonisation, et sur le décryptage d'un corpus de brochures, affiches et guides touristiques datant de la période coloniale, des années 1980-1990 et des années 2000. Elle interroge la continuité des imaginaires touristiques de la « montagne »[82] marocaine depuis la période coloniale. La réflexion est alimentée par le champ des études postcoloniales.

[82] Précisons qu'ici, comme dans l'ensemble de la thèse, la « montagne » est moins comprise comme un type d'entité physique, définie par des critères objectifs de pente et d'altitude, que comme une représentation, une catégorie de la pensée qui fait sens pour un collectif, dans un contexte donné.

I. Tourisme colonial et imaginaires touristiques

L'émergence d'une offre touristique dans les Atlas marocains à la période coloniale s'est accompagnée d'un processus de définition et de diffusion d'imaginaires touristiques des montagnes « berbères ». Avant de se pencher sur le sens et les enjeux de ce processus, il convient de donner quelques repères concernant la mise en tourisme du Maroc et des Atlas.

1. Les débuts du tourisme dans les Atlas

Une mise en tourisme tardive

Le tourisme n'a été développé en montagne qu'au milieu des années 1930.

Naissance de l'activité touristique dans les années 1910-1920

Pourtant, l'activité touristique avait démarré dès les années 1910 dans les grandes villes[83], avec l'organisation des premiers circuits par deux compagnies de transport maritime, la Compagnie Paquet et la Compagnie Transatlantique. Mais ce n'est que dans les années 1920 que le secteur commence à se développer véritablement, avec l'ouverture de quelques lignes entre Toulouse ou Marseille et Casablanca par la Société Latécoère, créée en 1918[84], et, surtout, lorsque les compagnies de transport maritime commencent à proposer des billets combinés (traversée par bateau, déplacements sur place en car, logement dans des hôtels de la compagnie)[85].

La naissance de cette activité est encadrée et encouragée par les autorités coloniales. Dans les années 1920, des syndicats d'initiative et de tourisme sont créés. Ils sont chargés de promouvoir le tourisme dans chaque région, en mettant en place des structures d'accueil et d'orientation des touristes, et en élaborant des brochures et des affiches. Ils sont regroupés dans la Fédération des syndicats d'initiative en 1923. En 1925 est institué un Comité Central du Tourisme, qui réunit

[83] Pour un panorama du tourisme au Maroc à la période coloniale, je m'appuie principalement sur l'ouvrage dirigé par les historiens Colette Zytnicki et Hassan Kazdaghi (2009), et, en particulier, sur les articles de Driss Boumeggouti, Tayeb Boutbouqalt, Mimoun Hillali et Claire Llanes. En ce qui concerne le rôle joué par les compagnies de transport dans la mise en tourisme du Maroc, je mobilise le travail que j'avais réalisé en Master (Oiry, 2007) et certains ouvrages spécialisés, sur les compagnies de transport (Peignot 1988, Ghozzi 1997).

[84] Elle sera rachetée par Air France lors de sa création en 1933.

[85] Le premier circuit de ce type est organisé en 1926 par la Compagnie Transatlantique et Auto circuits Nord africains. Il part d'Alger pour arriver à Marrakech, en passant par Taza, Fès, Meknès, Mazagan (l'actuelle ville d'El Jadida) et Azemmour.

les représentants du gouvernement et des autorités régionales, et les présidents des syndicats d'initiative. Il établit un plan d'action annuel en collaboration avec les syndicats et coordonne les efforts en matière de « propagande touristique », selon les termes de l'époque.

Les touristes sont alors avant tout des touristes étrangers aisés, surtout des Français. Des croisiéristes et hommes d'affaires pratiquent un tourisme de séjour dans les villes côtières et à Marrakech, de préférence en hiver. Les autres, résidents français et touristes étrangers, pratiquent un tourisme culturel itinérant, avec les compagnies de transport, principalement dans les villes impériales et côtières.

Renforcement et diversification de l'offre touristique dans les années 1930

Dans les années 1930, l'offre touristique s'étoffe et se diversifie. Les villes impériales et côtières restent largement les plus fréquentées. Mais de nouveaux lieux sont équipés, telles les plages proches des grandes villes (Oualidia, Azemmour, Moulay Bousselham, Saïdia, Tanger), et des stations climatiques dans l'Atlas. De plus, les compagnies de transport proposent des circuits en car jusque dans les zones de confins. Ainsi, en Algérie, trois compagnies permettent de traverser le Sahara en autocar, en séjournant dans les hôtels et campings construits par ces compagnies. Au Maroc, elles proposent quelques circuits en montagne et jusqu'aux oasis du Sud-Est. En parallèle, des entreprises du secteur automobile telles que Michelin et Dunlop proposent une assistance technique aux touristes voyageant individuellement dans les confins, et éditent des guides. Elles contribuent à développer le tourisme automobile individuel dans des zones plus éloignées des grandes villes, comme avaient pu le faire des associations automobiles telles que le Touring Club ou l'Automobile Club dès les débuts du Protectorat, à proximité des villes.

De nouvelles pratiques touristiques se développent ainsi dans les années 1930 : un tourisme d'estivage ou de villégiature pour des résidents français et quelques Marocains privilégiés, dans les stations de montagne et côtières, et un tourisme automobile, individuel ou en groupe, dans des zones toujours plus éloignées des grandes villes.

Ralentissement de l'activité touristique dans les années 1940-1950

Le tourisme est fortement ralenti par la seconde guerre mondiale. En 1937 avait été créé l'Office Chérifien du Tourisme. Il ne reprend ses activités qu'après 1945, et sous une nouvelle dénomination : l'Office Marocain du Tourisme. Après la guerre, l'offre touristique reste grossièrement la même. L'accessibilité est encore

améliorée : le Maroc est desservi par les compagnies aériennes de façon désormais régulière et à des fins touristiques. La compagnie Air Atlas, l'ancêtre de la Royal Air Maroc, est créée en 1946. Mais le début de la guerre pour l'indépendance fait que l'offre touristique s'enrichit peu.

La mise en tourisme des Atlas à partir des années 1930

Un développement tardif du tourisme en montagne

Les conditions pour le développement du tourisme en montagne n'ont été réunies que tardivement[86]. En voici les raisons.

Premier obstacle : la sécurité est insuffisante. De nombreuses expéditions de reconnaissance, réalisées par des militaires ou des scientifiques travaillant pour le compte des autorités françaises, sont organisées avant le Protectorat. Alors que les montagnes sont encore insoumises, l'exploration continue dans les années 1920. Elle est le fait d'associations telles que la Société de géographie du Maroc, créé en 1916, et le Club Alpin Français (CAF), dont la section Maroc est créée en 1923. Elles organisent des excursions à caractère scientifique et touristique, l'ascension des sommets les plus hauts, notamment dans le massif du Toubkal, et s'engagent dans la promotion touristique de la montagne. Jusqu'au milieu des années 1930, il s'agit donc moins de tourisme que d'exploration, à caractère plus ou moins militaire. Cette période dure jusqu'à ce que les montagnes soient tout à fait « pacifiées » : le Haut Atlas tombe en 1932 et l'Anti Atlas en 1934.

Deuxième obstacle : les routes qui permettent l'accès aux montagnes et au Sud sont inexistantes. Les trois voies transatlasiques (Marrakech-Ouarzazate par le col du Tizi n Tichka, Marrakech-Taroudant par le col du Tizi n test, Marrakech-Essaouira par le Tizi n Maachou et Imintanoute) et les routes qui desservent les vallées secondaires telles l'Ourika ne sont achevées que dans les années 1930. Et il faut attendre la « pacification » pour que des pistes soient aménagées. En conséquence, dans les années 1930, seule la Compagnie des Transports Marocains (CTM) propose des services réguliers en autocars en montagne. A partir de Marrakech, il est alors possible de rejoindre Amizmiz, Asni, Demnate et Telouet dans le Haut Atlas occidental, des oasis du Sud-Est comme Zagora, et Taroudant par le col du Tizi n'Test.

86 Peu de recherches ont été réalisées sur le tourisme en montagne à la période coloniale. Je m'appuie principalement sur des travaux réalisés par des géographes (Boujrouf, Bruston, Duhamel, Knafou et Sacareau 1998, Moudoud 1999 et Ramou 2009).

Troisième obstacle : les moyens d'hébergements manquent. A partir de la fin des années 1920 est implanté un réseau d'auberges et de refuges (tenus par des Français), dans le massif du Haut Atlas occidental. Ils sont construits par le syndicat d'initiative de Marrakech et par des associations telles que le CAF ou la Fédération Marocaine de Ski et d'Alpinisme, créée en 1942. Des infrastructures plus importantes sont ensuite bâties : à partir de 1936, 30 chalets privés, deux hôtels et deux téléskis sont construits à la station de ski de l'Oukaïmeden. En 1948, des championnats de ski y sont organisés. L'édition de guides touristiques sur les montagnes accompagne la construction de ces infrastructures. Le guide écrit par le géographe français Jean Dresch et l'alpiniste français Jacques de Lépiney, publié en 1938 et réédité en 1942 par l'Office Chérifien du Tourisme, constitue alors la bible des alpinistes dans le massif du Toubkal.

Pratiques et lieux touristiques

A ses débuts, le tourisme dans les montagnes est un tourisme de randonnée, pratiqué essentiellement par des résidents et touristes français. La pêche et la chasse, sont également pratiquées, et, à la marge, le ski et l'escalade. Le tourisme de villégiature, se développe également, dans les stations du Moyen Atlas (Ifrane) et dans des vallées du Haut Atlas occidental (Ourika). Les résidents français s'y rendent en été pour fuir la chaleur des plaines. Ces stations sont aussi fréquentées par quelques nationaux aisés et, à partir des années 1940, par de jeunes Français et de jeunes Marocains qui passent quelques jours dans des camps de vacances.

Malgré tout, le tourisme à l'époque coloniale ne concerne, en montagne, qu'un petit nombre de lieux – bourgades telles Asni, Aremd, Imlil, sur l'itinéraire de la voie normale du Toubkal, auberges et refuges isolés - sont concernés par l'activité touristique, en montagne. Ils se situent sur les versants Nord des massifs du Haut Atlas (Ourika, Oukaïmeden, Rhéraia dans le massif du Toubkal) et du Moyen-Atlas (Midelt, Immouzer, Ifrane, Azrou, El Ksiba).

Un contexte politique colonial

Les débuts du tourisme dans ces lieux sont marqués, à tous les égards, par le processus de colonisation. Les acteurs de la mise en tourisme des Atlas sont presque toujours français, plus ou moins liés aux autorités coloniales, qu'il s'agisse des explorateurs, des alpinistes, des scientifiques, des membres du Club Alpin français, des membres de syndicats d'initiative, des responsables des compagnies de transport ou des gardiens de refuge et des aubergistes. Leur présence est permise par le processus de colonisation et leur intervention encouragée par les autorités coloniales. En effet, le tourisme a vocation à accompagner et asseoir une

conquête politique. Il constitue une façon d'asseoir la domination des colonisateurs sur les montagnards, nouvellement soumis. Ainsi, pour Driss Boumeggouti (2009, p. 384) : « l'enjeu de ces infrastructures de transport [destinées au tourisme] était de renforcer la propagande autour de l'œuvre coloniale, mettant en évidence le thème de la pacification du territoire et de la sécurité qui y règne. Le pays ainsi présenté se devait de rassurer, d'attirer et d'offrir des possibilités d'épanouissement et de réussite tant sur le plan entrepreneurial que familial. L'offre de tourisme et de loisirs constituait donc un argument important pour attirer de nouveaux colons et pour célébrer en métropole les effets de la colonisation ». Il semble que cette dimension coloniale ait fortement imprégné les imaginaires touristiques de la montagne marocaine véhiculés à la période coloniale.

2. La construction d'imaginaires de la montagne berbère

Les imaginaires de la montagne marocaine véhiculés par l'iconographie et les guides touristiques de l'époque faisaient partie de la propagande coloniale. Ils étaient, de différentes manières, au service du projet colonial, et véhiculaient une « idéologie coloniale »[87], comme je vais m'efforcer de le montrer.

Des images louant l'œuvre coloniale

Les supports publicitaires touristiques relayaient l'idéologie coloniale en véhiculant l'idée selon laquelle le tourisme constitue un vecteur de modernisation des montagnes. Ils glorifiaient l'action civilisatrice de la France en mettant en avant les prouesses techniques accomplies par celle-ci. Les réalisations des compagnies de transport et des autorités en matière d'équipements de transport étaient notamment au cœur des discours, comme le montre le corpus étudié.

Les revues présentes dans les fonds Berliet s'attachent à mettre en valeur les efforts de la France pour construire des routes, dans un contexte pourtant hostile. Ainsi, l'article « la route, l'automobile et le tourisme au Maroc », paru dans *L'Illustration* en 1932, propose des photographies représentant des routes à lacets et des tunnels réalisés dans le Haut et le Moyen Atlas. Ces réalisations sont

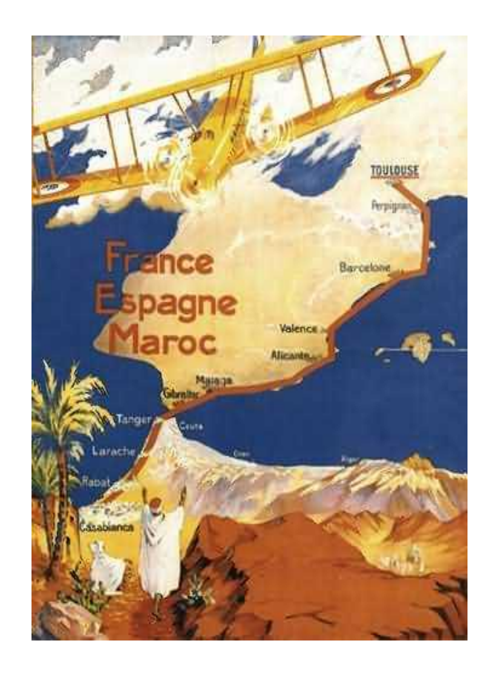
[87] Nicolas Bancel, Pascal Blanchard et Laurent Gervereau (1993) définissent le terme d'« idéologie coloniale » comme un ensemble d'idées et de représentations créées par le « lobby colonial », qui regroupe les acteurs politiques, en France et dans les colonies, et les milieux d'affaires ayant des intérêts dans les colonies, dans le but de légitimer la présence française dans les colonies, et de faire en sorte que le peuple français soutienne ce que l'on appelle, dans les années 1930, l'Empire colonial. La propagande faite par les organismes touristiques, par les associations et par les acteurs privés tels que les compagnies de transport, poursuivait ce but.

présentées comme un effort de civilisation. L'auteur de l'article de la revue *Automobilia*, paru en 1919, écrit ainsi : « notre besogne, ici, est véritablement un travail de civilisateurs ».

De même, les affiches des compagnies de transport présentent la mise en place d'infrastructures et de services de transport comme une œuvre de civilisation. L'affiche de la CTM, datée de 1929 (figure 19), inclut une carte des lignes régulières assurées par la compagnie. Ainsi, elle montre qu'elle quadrille une part importante du territoire marocain sous Protectorat français. Les choix formels effectués par le dessinateur mettent en valeur le progrès que constitue la mise en place de services de transports routiers : l'image est composée de façon à ce que le regard se fixe sur l'automobile, rutilante, et à suggérer que les touristes reviennent des montagnes, qu'ils ont visitées grâce à la compagnie. L'automobile, qui longe une palmeraie et des remparts, est présentée comme un point d'observation distancié et confortable de la ville « indigène » (ici, probablement Marrakech). Ainsi, l'auteur valorise les réalisations coloniales et rassure les futurs touristes : au Maroc, ils seront dépaysés et pourront explorer des lieux variés, de la ville aux montagnes, tout en voyageant avec un certain confort. Le sentiment d'altérité sera atténué par la présence française et les équipements mis en place par les compagnies de transport françaises.

Les affiches des compagnies aériennes vont plus loin encore dans la célébration de la puissance colonisatrice. Dans l'affiche de Latécoère (figure 20), l'avion, symbole de progrès, survole des montagnes maghrébines présentées comme des barrières infranchissables (ce qui permet de souligner l'exploit que constitue le vol) et un « indigène », en habit traditionnel, impressionné, voire apeuré, par l'engin volant. Dans celle d'Air France (figure 21), l'avion de ligne survole des reliefs moins menaçants et des « indigènes », qui semblent s'être regroupés pour aller au souk ou à la mosquée. Ceux-ci sont toujours représentés en habits traditionnels. Rappeler l'archaïsme des « indigènes » permet, par contraste, de valoriser le progrès que leur apporte la France.





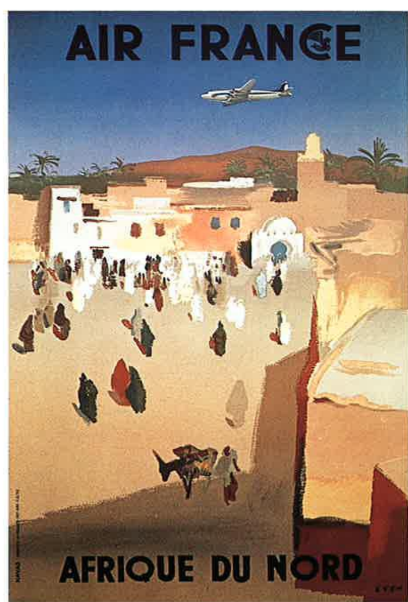


Figure 19. Chemins de fer de Paris à Orléans – CTM. Camille-Paul Josso, 1929. Imprimerie Lucien serre, Paris (Fonds Slaoui).

Figure 20. Latécoère, « Lignes aériennes G. Latécoère, France Espagne Maroc », anonyme, 1921 (Fonds Air France).

Figure 21. Air France, « Afrique du Nord », par Jean Even, 1950 (Fonds Air France).

Dans le guide de Dresch et Lépiney (1938), la « pacification » de la montagne et la présence française sont présentées comme positives. Les Français sont présentés comme ayant fait cesser les « disputes intestines » entre tribus (p. 83), et le pouvoir colonial comme le garant de la sécurité des montagnards, autrefois sous le joug des caïds : « maintenant la montagne est paisible. […] Le montagnard apprécie la valeur d'une administration régulière qui lui procure la paix, la sécurité tant

recherchée, la possibilité de courir les pistes de moussem en moussem, de souk en souk, sans avoir à dégainer le poignard qu'il porte toujours en bandoulière » (p. 85). La France colonisatrice est présentée comme un facteur de progrès sociopolitique, permettant de mettre en place des institutions jugées plus modernes et efficaces : « notre arrivée a fait cesser les luttes, cristallisé les situations acquises et parfois hâté la décadence des institutions traditionnelles devenus inutiles » (p. 83). Le vocabulaire utilisé (« traditionnel »), permet d'opposer la société montagnarde archaïque et la puissance coloniale, et de valoriser par contraste les progrès que celle-ci est susceptible d'apporter. Les bienfaits économiques de la présence française sont également évoqués à plusieurs reprises. L'ouverture de la montagne serait propice au développement de l'activité commerciale, alors que « le montagnard ne comprend rien à l'économie marocaine ou internationale » (p. 85). Le tourisme est présenté comme une nouvelle activité pour les montagnards, leur évitant d'aller rechercher du travail ailleurs. Dresch écrit : « à Aremd, le développement du tourisme est une heureuse aubaine » (p. 86).

Une idéologie coloniale masquée par des clichés orientalistes

Des publicités touristiques coloniales héritières des orientalistes

Le plus souvent, dans les supports publicitaires touristiques, l'idéologie coloniale est présente mais de manière subtile, à travers des clichés « orientalistes »[88], qui ne mettent pas en scène de façon aussi centrale les réalisations coloniales. Les supports publicitaires touristiques de la période coloniale sont les héritiers de la littérature et de la peinture orientalistes, à plusieurs égards.

Tout d'abord, la composition des images est inspirée des peintres orientalistes. Les scènes évoquées sont représentées comme des tableaux avec des plans successifs (figures 22, 23, 24). Au premier plan apparaissent des personnages typés. Au second plan apparaissent parfois d'autres indigènes. Au troisième plan apparait la ville, une ville au bâti homogène, dans laquelle on entre par des portes monumentales, et qui est dominée par les minarets des mosquées. La montagne constitue l'arrière-plan, décor grandiose à la scène représentée.

[88] En parlant d'« orientalisme », je me réfère à un courant artistique né à la fin du XIX[e] siècle, au moment où des écrivains et des peintres (tels Delacroix, Masqueray, Fromentin, les frères Tharaud, Eberhardt…) voyagent autour de la Méditerranée dans le but de retrouver les racines de la civilisation occidentale, en Grèce et en Italie, et de découvrir une civilisation différente, la civilisation arabo-musulmane.

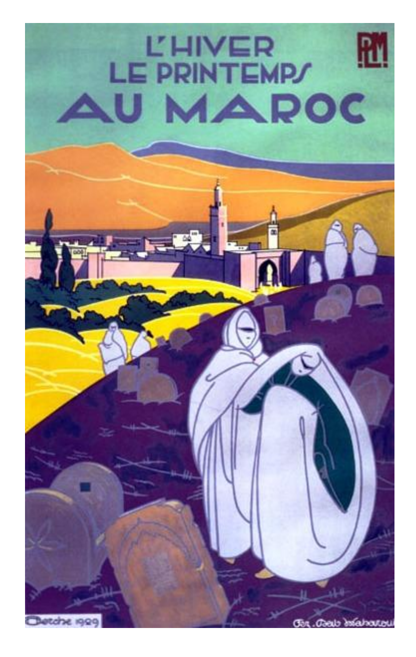






Figure 22. PLM. L'hiver, le printemps au Maroc. Fez Bab Mabrouk. J.H. Derche, 1929. Imprimé par le Protectorat français. Fonds Slaoui.

Figure 23. PLM. Le Maroc par Marseille. Jacques Majorelle, 1926. Imprimerie Lucien Serre, Paris. Fonds Slaoui.

Figure 24. Fédération des syndicats d'initiative et de tourisme du Maroc ESSI et PLM. Venez au Maroc. Gabriel Rousseau, Imprimerie Baconnier, Alger. Fonds Slaoui.

Ensuite, les thèmes et les scènes évoqués dans les images et les textes à vocation touristique sont influencés par l'orientalisme. On retrouve un intérêt pour la « nature ». Le guide de Dresch et Lépiney accorde plus d'importance au milieu naturel des montagnes qu'à ses habitants : 5% du guide sont consacrés à ces derniers, tandis que 15% du guide, sont consacrés à la description, par des

spécialistes, de l'histoire et du milieu naturel des montagnes. Seules deux pages sont consacrées à l'histoire (non pas des montagnes et des montagnards mais de son exploration par les Européens), et le reste est consacré au relief, au climat, à la flore et à la faune. Dans l'édition de 1942, un chapitre sur le climat a été ajouté.

Dans les guides automobiles et les brochures des compagnies de transport, le cadre naturel que constitue la montagne est présenté comme un paysage « luxuriant », « grandiose » et « pittoresque » (terme qui revient également souvent chez Dresch et Lépiney). Il est le plus souvent présenté à travers la beauté de ses couleurs, qui contrastent avec celles de la plaine et des villes. Ainsi, dans une brochure de la Société des voyages et hôtels Nord Africains[89], on peut lire : « Marrakech, la ville rouge, repose dans sa ceinture de palmiers au milieu d'une plaine de verdure, que domine la crête neigeuse du grand Atlas ». On retrouve quasiment la même phrase dans le guide Dunlop de 1922 : « Marrakech la rouge dans les palmes avec, comme fond de décor, l'Atlas couvert de neige qui se découpe dans l'Azur ». Ces contrastes sont mis en scène dans les affiches. Dans celles du PLM et de la Fédération des syndicats d'initiative et de tourisme du Maroc (ci-dessus), les couleurs utilisées pour la ville contrastent avec celles utilisées pour la montagne, souvent représentée avec une plage de couleur continue, ce qui contribue à entretenir le flou, le mystère, sur ces espaces.

Les guides Dunlop et Michelin mettent également en avant les contrastes entre les fonds de vallée, jardins et palmeraies verdoyants et les pentes sèches, pierreuses, ocres. Ils apportent une attention particulière aux paysages « spectaculaires », « impressionnants » que constituent les défilés, les gorges, les sommets. Ils recherchent les panoramas d'où l'on peut admirer les contrastes des paysages. Ces manières de représenter les montagnes rappellent la vision romantique qu'avaient les orientalistes des paysages de montagne et de désert, qu'ils considéraient propices à l'expérience mystique.

Une vision condescendante des montagnards, présentés comme archaïques

Enfin, la mise en scène des populations (pas seulement les habitants des montagnes) et les discours sur celles-ci sont également inspirés des peintres et écrivains orientalistes. Elles sont souvent représentées comme des personnages dans des scènes de *souk*, dans des scènes qui se jouent autour de la mosquée (figure 21), dans des scènes de danse ou dans des scènes de départ de caravanes

[89] Cette brochure, intitulée « les auto-circuits Nord Africains ou le beau voyage aux pays des pais barbaresques de Monseigneur De Valcourt », est parue en juillet 1929. Elle provient du Fonds Services réguliers », dossier sur la Société des voyages et hôtels Nord Africains (Fonds Berliet).

(figure 23). Dans ces scènes, les populations apparaissent moins comme des personnages que comme des figurants, qui « jouent » des scènes traditionnelles, immuables. La société indigène est ainsi présentée comme archaïque, symbolisant un monde qui rappelle, pour les auteurs de ces représentations, le Moyen-âge européen. Une telle image renvoie à la recherche et à la célébration, par les artistes orientalistes, d'un « hors temps » dépaysant, susceptible de les éloigner de la société européenne.

Ces images archaïsantes ont une dimension condescendante. Elles répondent à une logique de domination, soit au besoin, pour justifier la présence française et son œuvre de civilisation, de présenter les populations comme archaïques. Les populations « indigènes » sont présentées comme écrasées sous le poids de la tradition, notamment de la tradition religieuse, symbolisée par les minarets et les femmes voilées. Celles figurées dans un cimetière (figure 22) sont présentées comme les symboles d'un monde fermé, moyenâgeux, aux coutumes étranges. Le thème de la féodalité, de la tradition, permet d'affirmer la puissance du colonisateur et l'utilité de sa mission. L'inscription dans une culture figée au Moyen-Age permet de justifier la supériorité de la France, plus avancée, et de justifier sa présence. De plus, les personnages représentés en premier plan – une femme (figure 23), un nomade (figure 24) - semblent érigés en « types » et font écho aux systèmes d'opposition sur lesquels jouent la puissance coloniale (nomades/sédentaires, hommes/femmes, arabes/berbères). L'iconographie touristique est donc mise au service du projet colonial consistant à diviser la société indigène en catégories pour mieux la diviser et la contrôler.

Cette logique de domination est particulièrement observable dans les images et les écrits qui concernent la montagne. Les termes de « Moyen-Age », de « médiéval », de « féodal » et de « vieux » reviennent sans cesse dans les brochures des compagnies de transport et les guides à propos de la montagne. Les guides Shell et Michelin accordent une grande importance à l'architecture monumentale des *ksours* et des *kasbahs*. Ceux-ci sont comparés aux châteaux du Moyen-Âge. Ils sont présentés comme les symboles d'une époque passée. Ils sont de plus considérés comme les symboles de l'autorité des seigneurs et de celle de la France qui les a vaincus et les utilise comme relais de sa domination. Ainsi, on peut lire dans la brochure de la Société des voyages et hôtels Nord Africains déjà citée : « ici vivent en leurs palais les Seigneurs de l'Atlas, les derniers barons féodaux du monde. Intacte, une antique civilisation continue au Moghreb : l'œuvre française y fut belle, féconde, vivace à la fois et respectueuse du passé. Et l'une des plus grandes merveilles du Maroc, pour le voyageur qui pense, c'est le génie de la France ». Pour

Ramou (2009), d'une manière générale, les contrastes esquissés dans la littérature touristique à la période coloniale entre la ville et la plaine d'un côté, la montagne de l'autre, visent à mettre en exergue la différence entre Maroc « utile », civilisé, « bled siwa », arabe, et le Maroc « inutile », « bled siba », insoumis, sauvage, sous développé, berbère. Elle vise à stigmatiser ceux qui sont désignés comme des montagnards-berbères.

L'affiche de la Fédération des syndicats d'initiative et de tourisme au Maroc sur la vallée d'Ounila (figure 25) semble représentative d'une telle stratégie de domination de la montagne et des montagnards. L'iconographie touristique officielle fait la promotion du « Grand Atlas » dès 1923, alors que les régions de montagne sont encore tenues par les « *caïds* ». Dans ce contexte où le tourisme fait figure d'outil au service de l'idéologie coloniale sont inventées des images touristiques archétypales de la montagne. La vallée d'Ounila, entre Marrakech et Ouarzazate, est présentée comme l'emblème de la montagne berbère rebelle, à la fois inquiétante et fascinante, à conquérir et à admirer. La *kasbah*, au centre de l'image, apparait dans un cadre naturel majestueux et menaçant, et la contre-plongée exagère la hauteur des murailles, soulignant la bravoure des seigneurs. Le paysage, tout en couleurs et en contrastes, fait écho au jardin d'Eden, pour répondre à la quête d'exotisme des touristes potentiels. Cette fascination n'en reste pas moins teintée de condescendance : la société est présentée comme archaïque. Enveloppés dans leurs voiles, fantomatiques, les habitants semblent écrasés par la religion et la puissance du *caïd*, comme s'ils vivaient dans un autre temps, moyenâgeux. L'iconographie touristique fabrique ainsi un imaginaire stéréotypé de la berbérité. Elle constitue également une invitation à la modernité qu'offrirait la présence coloniale.

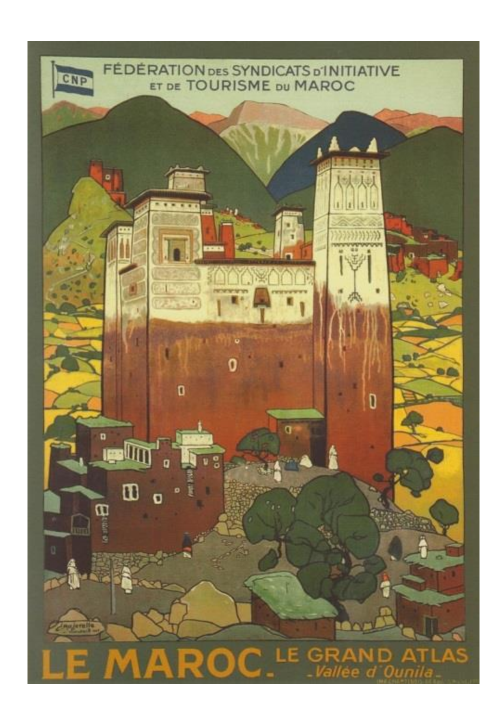


Figure 25. Fédération des syndicats d'initiative et de tourisme du Maroc. Le grand Atlas. Vallée d'Ounila. Jacques Majorelle, 1923. Imprimerie F. Champenois, Paris. Fonds Slaoui.

De même, le guide de Dresch et Lépiney reprend les jugements de valeur et les clichés véhiculés sur les Berbères par le pouvoir colonial. Ramou (2009, p. 358) estime qu'« il présente une image relativement proche de la réalité, en se basant, entre autres, sur les écrits anthropologiques et sociologiques des scientifiques ». Effectivement, il ne montre pas une société figée mais s'attache à montrer les évolutions, notamment depuis la période coloniale. Néanmoins, sa vision des montagnards me semble largement marquée par les représentations coloniales[90]. D'abord, la montagne est présentée comme un lieu de « troubles » permanents (p. 56), renvoyant à l'image du « *bled siba* ». Ensuite, le guide véhicule certains clichés sur les montagnards. Ils sont présentés comme des paysans rudes, un peu sauvages, mais accueillants : « ainsi se passe la vie de ces paysans frustres. Ils sont méfiants, âpres au gain, durs à l'occasion. Ils sont pourtant accueillants, de grands enfants, au demeurant de fort bons compagnons » (p. 57). La société montagnarde est présentée comme solidaire et égalitaire - « extraordinaire développement de l'entraide aux formes multiples. Aucune forme d'association n'est plus symbolique

[90] Jean Dresh était pourtant un anticolonialiste. Dans les numéros spéciaux (41-42) de la *Revue de l'Occident musulman et de la Méditerranée* consacrés à lui, il est présenté comme un militant communiste, syndicaliste et anticolonialiste ayant soutenu, notamment par ses analyses du système colonial, les mouvements sociaux au Maghreb, comme mettant les analyses qu'il réalisait en tant que géographe au service de ses engagements politiques. Il a été en contact avec le groupe des Jeunes Marocains, critique vis-à-vis du colonialisme français, et a pris publiquement des positions anticolonialistes dans les années 1950.

que celle des greniers communs, appelés ici irherm. […] L'irherm apparait comme le symbole d'une sorte de république égalitaire de petits propriétaires » (pp. 81-82) – mais figée : « la vie se maintient inchangée au village, malgré les ruines, malgré les crises, dure comme la montagne » (p. 86). Enfin, le guide véhicule des clichés racialistes. On peut lire ainsi page 56 : « ces montagnards du versant nord, constamment mêlés, au moins en bordure de la plaine, aux populations plus hétérogènes encore que la plaine, ne constituent pas un type d'humanité bien séduisant ».

Il ressort de cette analyse que la vision moyenâgeuse des populations des montagnes fait écho à la vision qu'en avaient les artistes orientalistes, dès la fin du XIXe siècle, et que cette vision est au service d'une logique coloniale, de domination. Les imaginaires touristiques de la montagne, à la période coloniale, ont été construits à partir de représentations orientalistes qui véhiculaient déjà une idéologie de type colonial. Ces imaginaires sont donc orientalistes au sens que donnait Edward Saïd (2005 [1978]) à ce terme : ils relaient un pouvoir de type colonial. Tayeb Boutbouqalt (2009) souligne l'ambivalence et la cohérence des images véhiculées à l'époque coloniale par le tourisme. Selon lui, cette activité était présentée à la fois comme un moyen d'apporter le progrès, la modernité, de valoriser les réalisations françaises, et comme un moyen de louer l'authenticité des montagnards et le respect par les autorités des indigènes. Dans les deux cas, cela justifie la présence française. Il s'agit de véhiculer les images stigmatisantes construites alors sur les « berbères », pour présenter ces derniers comme inférieurs, et mettre en avant la nécessité et les bienfaits de la colonisation.

Des images qui font écho aux imaginaires occidentaux de la montagne

Les images des Atlas construits à la période coloniale doivent également aux imaginaires de la montagne et des montagnards – souvent condescendants - tels qu'ils ont été construits en Europe, et pas seulement à l'orientalisme et à l'idéologie coloniale.

Cet imaginaire est empreint de naturalisme. Dresch écrit : « ces montagnards sont en général assez solides. La mortalité infantile opère une sélection sévère ; la montagne est saine, beaucoup plus que la plaine et les dégénérés ou les idiots sont rares. Paysans rudes et pauvres, maigres et parfois décharnés, ils marchent vite et bien de leurs pas souples de va-nu-pieds, légèrement dansant. Ils peuvent supporter de durs travaux et porter des fardeaux encombrants mais leur alimentation insuffisante ne leur permet pas toujours de tenir très longtemps » (p. 57). Il reflète ainsi la vision qu'avaient les géographes de la montagne à la

période coloniale, imprégnée de naturalisme. Par exemple, Jean Célérier oppose « les groupes qui se laissent amollir par l'influence de la plaine, par la soumission à l'ordre makhzen, donc par l'arabisation » aux « tribus insoumises, [des Berbères] entraînés par la dure existence de la montagne [qui] sont des guerriers nés » (1938, cité par Debarbieux et Rudaz, 2010, p. 179). Les géographes qui ont contribué à la « propagande touristique » associent les traits identifiés comme ceux des Berbères aux caractéristiques de leur environnement montagnard, comme le faisaient alors les géographes français en général pour les montagnards.

La littérature et l'iconographie touristiques, à la période coloniale, véhiculent une vision ambivalente des « montagnards », construite en Europe au fil des siècles, dont Jean-Paul Bozonnet (1992) et Bernard Debarbieux (1995) se sont attachés à dessiner les contours et à retracer la genèse. Ils sont perçus tantôt comme de bons compagnons accueillants, courageux et solidaires, en écho au « bon sauvage » de Rousseau, tantôt, depuis les Romains, comme des rebelles au rude caractère, frustres, incapables d'initiatives, imperméables au progrès, et parfois affublés de tares physiques et mentales. Cet imaginaire de la montagne comme espace dangereux et archaïque motive la conquête de cet espace, militaire ou pacifique (à travers sa visite touristique), pour le contrôler et le civiliser.

Ici, je reprends l'idée défendue par l'équipe MIT (2011, pp. 33-34) selon laquelle les représentations de la montagne et des montagnards construites à partir du XIXe siècle dans les Alpes et les Pyrénées relèvent en partie d'une posture coloniale. Cette équipe de recherche fait le parallèle entre la découverte par les Européens, notamment par les membres du Club Alpin Français, à la fin du XIXe siècle, des habitants des montagnes en Europe, et la découverte, au même moment et par les mêmes acteurs, des habitants des montagnes dans les colonies. Pour ces chercheurs, les Européens ont adopté la même attitude vis-à-vis des habitants des montagnes d'Europe et des colonies : une attitude ambivalente, mêlant condescendante à l'égard de populations considérées comme des « crétins » ou des « bons sauvages », à civiliser, et admiration pour des populations jugées « authentiques » (ce qualificatif émergeant selon l'équipe MIT dans la première moitié du XIXe siècle), proches de la nature, épargnée par la modernité et ses travers. Durant la période coloniale, au début de la mise en tourisme des montagnes marocaines, la première attitude, condescendante, semble prédominer et s'articulier avec les imaginaires de l'Autre à civiliser et à conquérir, hérités de l'orientalisme et de l'idéologie coloniale. La seconde attitude, admirative, plus positive, présidera à l'inflexion des imaginaires de la montagne marocaine dans les années 1980.

Les acteurs du tourisme dans les Atlas ont mobilisé des imaginaires hérités des représentations européennes de la montagne et des représentations orientalistes. Les premières portaient en germe la figure du rebelle archaïque. Les secondes portaient la trace de l'idéologie coloniale naissante, au XIXe siècle. C'est néanmoins à la période coloniale qu'ont été cristallisées et diffusées, par les acteurs du tourisme, des représentations condescendantes des Atlas marocains, mises au service de la propagande coloniale.

II. Tourisme sportif et inflexions des imaginaires

Quelles représentations de la montagne marocaine proposent les acteurs de la deuxième période de développement de l'activité touristique dans les Atlas, dans les années 1980-1990 ? Que reste-t-il alors des représentations coloniales dans la documentation touristique ? La thèse d'Aït Hamza et Ramou (2010) et de Ramou (2009) est que ces imaginaires touristiques des Atlas sont hérités de la période coloniale. Ils les considèrent comme traversés de rapports de pouvoir « néocoloniaux », imposés par des acteurs exogènes et pour une demande exogène. Cette thèse me semble devoir être à la fois étayée et nuancée. Cela demande de présenter l'évolution du tourisme dans les Atlas jusqu'aux années 1980-1990.

1. L'évolution du tourisme dans les Atlas à l'Indépendance

La marginalisation de la montagne dans les politiques publiques touristiques

Jusqu'aux années 1980, la montagne ne fait l'objet d'interventions publiques en faveur du tourisme que « ponctuelles et sectorielles », selon Boujrouf et Hassani (2006, p. 18). Pourtant, le tourisme est érigé en secteur économique prioritaire à la fin des années 1960 et l'Etat fournit alors des efforts considérables pour développer ce secteur[91]. Son développement obéit alors à des considérations

[91] Boujrouf (2005 (2)) et Hillali (2003 et 2007) retracent les étapes de l'implication de l'Etat dans ce secteur : en 1965, un Ministère du Tourisme est créé. Le tourisme est déclaré secteur économique prioritaire dans les plans de développement nationaux de 1965-1967 et 1968-1972, et des mesures d'encouragement pour les investisseurs sont mises en place à travers les codes d'investissement de 1973 et 1983. L'Etat devient contrôleur, promoteur, porteur de projets, aménageur et incitateur. Il fournit des efforts considérables en prenant en charge la majorité des investissements, en intervenant directement dans les opérations d'aménagement - dans des Zones d'aménagement prioritaire (ZAP) et dans le cadre de sociétés nationales d'aménagement touristique comme celle de la Baie de Tanger (SONABT) et celle de la baie d'Agadir (SONABA) – et en s'efforçant d'attirer les capitaux privés nationaux et étrangers, à travers l'attribution de primes et des exonérations d'impôts. Pour cela, il se dote de sociétés et d'organismes (tels que

d'ordre macroéconomiques et géopolitiques : l'objectif est de créer des emplois, de générer des recettes, des investissements étrangers et des devises, et d'ouvrir l'économie marocaine au système libéral mondial, dans le contexte des ajustements structurels et de la guerre froide. Le Maroc suit en cela les recommandations des experts de la Banque Mondiale. Ses actions visent à encourager le développement d'un tourisme balnéaire de séjour, international. Les politiques les plus récentes ne démentent d'ailleurs pas cette orientation : le Plan Azur, adopté en 2001, constitue une stratégie de positionnement offensif sur le balnéaire[92].

Néanmoins, à partir des années 1980, pour diversifier le produit Maroc et faire émerger de nouveaux pôles d'attraction, les politiques touristiques ont commencé à développer de nouvelles offres tels que le tourisme rural. La montagne est identifiée comme un type d'espace à valoriser dans ce cadre.

Des pratiques et des acteurs dans la continuité avec la période coloniale

Malgré le manque d'attention de la part des pouvoirs publics vis-à-vis du tourisme en montagne, celui-ci se développe dans les années 1960 et surtout 1970. Les pratiques des touristes se situent alors dans la continuité de celles de l'époque coloniale. On retrouve un tourisme de villégiature : des familles françaises restées au Maroc après la fin du Protectorat ou des familles de coopérants français se rendent en montagne pour le week-end ou pour des vacances. Philippe Ballet, un Français né au Maroc, qui deviendra président du CAF de Casablanca dans les années 2000, raconte les journées qu'il a passées dans ces années-là à pêcher la truite dans la vallée des Aït Bouguemez (C7E8). Quant à Bernard Fabry, Français né à Casablanca et fondateur de l'agence Atlas Sahara Trek, il évoque sa découverte de l'Atlas, enfant, comme scout, sur le versant Sud du M'Goun (C15E14).

Surtout, dans les années 1970, se développe la pratique de la randonnée individuelle, à pied et avec des mules, en parallèle de « l'explosion en Europe de la grande et de la haute randonnée » (Fougerolles 1991, p. 51). Cette pratique est

---

l'Office National Marocain du Tourisme, la Caisse de dépôt et de gestion ou le Crédit Immobilier et Hôtelier) dont il détient la majorité des capitaux et qui investissent des fonds publics dans le développement touristique. Il intervient dans la formation et l'organisation des acteurs touristiques et dans la promotion du secteur à l'étranger.

[92] Selon Berriane (2002), ce plan prévoit 80 000 lits supplémentaires dans six nouvelles stations programmées (du sud au nord : Plage Blanche, Taghazout, El Haouzia, Essaouira-Mogador, Khmiss Sahel-Lixus et Saïdia). De plus, il engage un programme de requalification et de renforcement de zones touristiques existantes, situées notamment sur le littoral (pour Agadir, Casablanca, Tanger et Tétouan).

essentiellement le fait de Français, souvent installés au Maroc pour quelque temps, parfois membres du CAF. Mais de jeunes Marocains aisés, installés en ville, commencent également à s'intéresser à cette pratique, comme le rappelle Michaël Peyron dans son guide de 1984 (p. 3). Des associations jouent alors un rôle déterminant pour faire connaitre les montagnes marocaines et y développer un tourisme sportif, autour de la randonnée mais aussi de l'escalade et du ski. Tarik Fettah, ancien président de la Fédération royale de ski et de sports de montagne (créée par les Français pendant la colonisation puis reprise par des Marocains en 1959) et président de l'association Toubkal ski Oukaïmeden (créée au début des années 1970) explique l'effort réalisé par cette association pour susciter l'intérêt des jeunes marocains pour les sports de montagne (C6E14). Dans les années 1970, elle organise, avec le CAF, la première école de ski, à l'Oukaïmeden. Elle organise également des classes de neige, des classes vertes, et des colonies de vacances. Elle forme des moniteurs et des sportifs.

A cette époque, les infrastructures d'accompagnement restent peu développées. Ramou (2009, p. 359) souligne le fait que, jusqu'aux années 1980, il n'existait que deux agences de tourisme spécialisées dans la montagne, et qu'elles étaient tenues par des guides français. Il n'y avait pas plus de 12 guides de montagne, en majorité des Français ou des Marocains ayant travaillé pour des agences européennes. Les infrastructures d'hébergement étaient également peu nombreuses et concentrées essentiellement dans le massif du Toubkal. Ainsi, dans le guide qu'il écrit en 1981, André Fougerolles souligne l'absence d'infrastructures dans le Haut Atlas central : « le tourisme est pour ainsi dire inexistant dans l'Atlas central et l'activité touristique est insignifiante, à l'exception de celle qui se cantonne à assurer des haltes d'hébergement et de restauration à Beni Mellal, sur le trajet des « villes impériales » de Fès et de Marrakech, et à Ouarzazate, Qalat-Mgouna et Boulman, sur le trajet des « Qasbat du Sud », entre Ouarzazate et Errachidia. […] En montagne, l'équipement touristique fait singulièrement défaut et pénétrer dans le domaine altimontain, c'est toujours sinon une grosse expédition, sinon une opération lourde. Attiré par l'inconnu et les belles promesses qu'ont fait miroiter quelques pionniers, les randonneurs doivent apporter tout leur campement et tout leur ravitaillement pour pouvoir satisfaire leur désir d'évasion. Il n'existe ni auberge même rustique, ni chalet, ni refuge, ni même la moindre cabane […]. A signaler la réalisation toute récente de gîtes ruraux, chez l'habitant (dont 2 notamment à Imalras en Aït Bouwgmmaz) et quelques projets dans ce sens » (p. 83).

Le développement d'un tourisme sportif dans les Atlas : figures de pionniers

Le développement du tourisme dans les années 1970 était surtout le fait de quelques pionniers, tous liés au Club Alpin Français.

Ici, la figure d'André Fougerolles est incontournable. Ingénieur de l'Office National de l'Electricité du Maroc, détaché au Maroc par Electricité de France, il fait de longs séjours en montagne pour réaliser l'inventaire des ressources hydrauliques et énergétiques du Maroc, au début de sa carrière, et surveiller la construction de grands ouvrages hydroélectriques. Durant ces séjours, il parcourt la montagne, surtout le Haut Atlas central. Officier des Tabors marocains pendant la seconde guerre mondiale, il fait campagne avec les goums d'Azilal. Membre fondateur du Club Alpin Français de Casablanca en 1946, il rédige un topoguide sur l'Atlas central, édité par le CAF de Casablanca en 1981. Il participe à la « cellule montagne », groupe d'experts réunis par l'Etat marocain et les services de la coopération française pour réfléchir au développement du tourisme de montagne, dans les années 1980.

Michaël Peyron constitue également une figure centrale de la randonnée en montagne dans les années 1970-1980. Il m'a raconté son parcours durant l'entretien qu'il m'a accordé (C6E2). De mère anglaise et de père français, il devient professeur d'anglais à l'université de Rabat de 1973 à 1988, puis à l'université de Grenoble jusqu'en 1995. Dans les années 1970, il se passionne pour les Atlas marocains et les sociétés *amazighes*, au point d'apprendre à parler couramment le *tamazight*. Il réalise, en 1975, une thèse en géographie sur la région de Tounfit dans le Haut Atlas. Il est président du CAF de Casablanca de 1975 à 1986, et écrit un premier topo guide sur les Atlas en 1977. A la fin des années 1980, il se spécialise sur la littérature orale *amazighe*. De 1995 à 1997, il est professeur invité à l'université de Tanger, dans le département de traduction. Depuis 1997, il est professeur invité à l'université d'Ifrane. Depuis quelques années, il tient un blog dans lequel il aborde diverses thématiques liées à ses recherches et à sa pratique de la montagne : littérature orale, histoire des Berbères, conseils pour la randonnée, analyse critique des offres des tours opérateurs en montagne, notes de lectures.

2. Le développement d'un tourisme international de randonnée (années 1980-1990)

L'expérience pilote intersectorielle d'économie rurale de haute montagne

Aux origines du projet

C'est dans ce contexte de développement du tourisme de montagne par des acteurs associatifs et par quelques alpinistes français pionniers que les autorités marocaines ont décidé, au début des années 1980, de développer de manière plus systématique le tourisme dans les Atlas. Il s'agit de l'« expérience pilote intersectorielle d'économie rurale de haute montagne », mise en œuvre dans le Haut Atlas central. L'histoire de cette expérience m'a été rapportée par différents acteurs, y ayant participé de près ou de loin : Michaël Peyron (C6E2), Fabrice Cuzin, botaniste qui a fait partie des premières équipes enseignantes du centre de formation des guides (C6E12), Mohamed El Khatabi, responsable du centre de formation de 1985 à 2009 (C6E10), Siraj Eddine El Machrafi (C7E3), responsable actuel de la mise en place du Pays d'Accueil Touristique de Taroudant au Ministère du Tourisme, et partie prenante de la « cellule montagne » à l'origine de la mise en place du programme dans les années 1980, M. Zouhair (C10E15) responsable actuel du centre de formation des guides au niveau de la Province, attaché à la Direction des affaires rurales, et Philippe Ballet (C7E8), l'un des derniers présidents du CAF de Casablanca.

Cette expérience est le produit de la réflexion d'experts de différents horizons, réunis par les autorités et les services de la coopération française au début des années 1980. Y participent des pionniers : André Fougerolles, Michael Peyron (qui avait proposé, dans son topoguide de 1977, le début d'une traversée des Atlas à pieds), mais aussi François Chalumeau, alpiniste chevronné, détaché de l'Enseignement Français pour participer au montage de ce projet. Il devient président du CAF de Casablanca en 1987 et publie un guide de randonnée dans le M'Goun en 1989. Y participent également des experts de la Banque Mondiale, des sociologues, des agronomes, des botanistes, des géographes, des représentants du Ministère de l'Intérieur, des autorités provinciales et locales, et des cadres de la coopération française.

Objectifs

A l'origine, le programme visait à redynamiser l'agropastoralisme, l'artisanat et à introduire une nouvelle activité, le tourisme, pour réduire la pauvreté et stopper l'émigration des jeunes. Il entendait partir d'une approche intégrée et transversale,

prenant en compte les différents secteurs de l'économie et impliquant les acteurs locaux dans le processus de mise en place des projets.

Les propositions de Peyron et de Fougerolles vont globalement dans le sens de ce programme. Dans son guide de 1984, Peyron prône le développement d'un itinéraire de grande randonnée qui traverserait les Atlas d'ouest en est. Il préconise le développement d'un tourisme « diffus », « discret », dans le sens où il respecte les spécificités des sociétés locales et les paysages de montagne (notamment en réalisant des gîtes et refuges qui s'accordent avec l'architecture traditionnelle). Selon lui, il faut faire en sorte que ce tourisme ne soit pas contrôlé par des acteurs étrangers (CAF ou TO) mais soit encadré par des instances nationales, qui s'appuient sur les représentants des communes rurales, afin qu'il profite à l'économie locale et contribue à freiner l'exode rural. Sans faire du tourisme une solution miracle, il prône son développement pour participer à la résolution des difficultés des montagnes. Il écrit ainsi page 244 : « un ensemble cohérent de mesures prises en ce sens, en permettant aux montagnards de mieux maitriser leur devenir, éviterait la destructuration sociale et économique qui menace nombre de ces hautes vallées. Sans participer ouvertement à la mythologie de l'or blanc, sans parer non plus le tourisme de toutes les qualités, il est permis de prôner une œuvre de rénovation rurale, incorporant une rationalisation de l'exploitation forestière et pastorale, jointe à la mise en place de structures d'accueil pour un tourisme discret, le tout devant faire redécouvrir aux ruraux le prestige de la vie en montagne ». Fougerolles, dans le guide illustré qu'il écrit en 1991, va dans le même sens que Peyron. Il considère que le tourisme peut être un élément susceptible de moderniser et désenclaver la montagne. Pour lui, « ce tourisme est capable de pourvoir à la modernisation douce d'une économie agro-pastorale de subsistance ne répondant plus aux besoins de la population et devenue néfaste pour l'environnement » (p. 9). Il voit aussi dans le tourisme le moyen de donner aux touristes une alternative au tourisme de masse, incarné par les circuits des villes impériales et du Sud, et le tourisme balnéaire, en valorisant des espaces méconnus du grand public.

La brochure intitulée « Promotion des économies montagnardes et protection de l'environnement dans le Haut Atlas », publiée suite à un atelier de réflexion tenu à Azilal, du 13 au 16 mars 1991, et qui réunit à nouveau alpinistes, scientifiques et politiques, reprend, quelques années après le lancement du programme, les mêmes orientations. Elle fait le constat de l'enclavement des montagnes, du caractère autarcique des systèmes de production, d'une grande pauvreté, et d'une grande vulnérabilité de l'environnement. Elle prône une véritable politique

nationale pour les montagnes, avec une charte et un fond de solidarité, des efforts pour désenclaver les montagnes (en développant des infrastructures routières, sanitaires et sociales), un projet de développement intégré, prenant en compte chaque composante de l'économie existante, décidé et réalisé en concertation avec les communautés locales. Le tourisme est considéré comme une activité à développer avec prudence, pour qu'il soit une activité seulement complémentaire, et qu'il reste entre les mains des sociétés locales. La logique affichée est donc, durant tout le déroulement du projet, une logique de « développement » de la montagne.

Déroulement et réalisations

Ce programme a été réalisé en plusieurs phases. De 1983 à 1991, le Projet Pilote du Haut Atlas Central (PHAC) a été élaboré par le Ministère de l'Intérieur en collaboration avec l'Ambassade de France, le Centre Régional d'Etude Touristique (CRET) et la Grande Traversée des Alpes (GTA), et coordonné par la Province d'Azilal. Il a permis de créer un produit, la Grand Traversée des Atlas Marocains (GTAM) - symbolisé par un logo (figure 26) - conçu sur le modèle de la Grande Traversée des Alpes[93], de réaliser des gîtes chez l'habitant, et des réglementations (concernant le classement des gites), de promouvoir le produit, de former des acteurs touristiques en ouvrant à Tabant, dans la vallée des Aït Bouguemez, un Centre de Formation aux Métiers de Montagne (CFAMM), et d'organiser légalement les professions de guides et accompagnateurs. De 1987 à 1991, dans le cadre du Programme de Développement du Tourisme de Montagne (PDTM), la coopération française travaille en partenariat avec le Ministère du Tourisme. Ils se focalisent sur la promotion du nouveau produit touristique, sur sa commercialisation en lien avec les tours opérateurs étrangers, sur la réalisation de nouveaux gîtes et sur leur classement, ainsi que sur la création de quelques équipements sur les circuits de randonnées (notamment deux tables d'orientation). De 1991 à 1993, le Programme d'Appui au Développement de la Montagne Marocaine (PADMM) poursuit ce qui avait été entrepris durant le PDTM et s'efforce de consolider les formations des accompagnateurs et de structurer ce métier.

---

[93] Il s'agit d'une expérience réalisée dans les Alpes françaises dans les années 1970. La Grande traversée des Alpes (GTA) est un sentier de grande randonnée allant du lac Léman à Nice.



Figure 26. Le logo de la Grande Traversée des Atlas marocains.

Les réalisations se sont donc éloignées des objectifs initiaux sur deux points. Premièrement, le tourisme a été au centre du projet, alors qu'il ne devait être qu'un élément parmi d'autres de dynamisation de l'économie. Le volet formation reflète cette évolution : durant les premières années, il y a bien eu des formations au tissage, à la valorisation des noix, à la fabrication du miel et à la menuiserie. Puis, dans les années 1990, la formation s'est dégradée et simplifiée, se focalisant sur la formation des guides en randonnée (et non plus également à la formation en ski et en escalade, et à la formation de pisteur-secouriste, de gardien de refuge, et de gérant de gîte rural). Deuxièmement, le projet n'a pas consisté, comme l'avait proposé Peyron, à équiper un itinéraire de grande randonnée couvrant tous les Atlas d'ouest en est, d'Imintanout à Taza. Le projet a été ciblé sur le Haut Atlas central, et en particulier sur les communes de Zaouiat Ahençal, Tabant, Kelaa M'Gouna, Abachkou. Celle de Tabant, dans la vallée des Aït Bouguemez, a, en réalité, le plus profité du projet.

Eléments de continuité et de rupture avec le tourisme colonial

Le tourisme tel qu'il a été développé en montagne dans le cadre de l'expérience pilote intersectorielle d'économie rurale de haute montagne s'inscrit, par certains aspects, dans la continuité du tourisme colonial, et s'en distingue par d'autres aspects.

Un développement touristique impulsé du haut

Comme à la période coloniale, les acteurs à l'origine du développement touristique des montagnes sont des acteurs étrangers : les coopérants, les membres du CAF et les experts scientifiques sont des Français. Mais l'initiative et le contrôle du processus reviennent cette fois-ci aux pouvoirs publics marocains. Il n'en reste pas moins que le processus est un processus institutionnel, décidé en haut lieu et non en concertation avec les sociétés montagnardes. Localement, quelques acteurs (propriétaires de gîtes, vendeurs, muletiers, artisans) tirent bénéfice de l'activité touristique. Mais la majorité des bénéfices vont aux tours opérateurs étrangers, avec lesquels ont travaillé les autorités pour développer le nouveau produit « montagne ». Selon Bernard Fabry (C15E14), quelques tours opérateurs – tels qu'Explorator et Terre d'aventure - avaient déjà commencé, dès la fin des années 1970, à développer des séjours en montagne. Dans les années 1980, ils diversifient

leurs offres, en proposant des randonnées dans d'autres massifs que celui du Toubkal, qui était alors déjà un classique de leurs offres.

Un tourisme international sportif

Les pratiques dominantes demeurent la randonnée pédestre et muletière. Il s'agit d'un tourisme sportif, qui concerne des touristes internationaux, voyageant en groupes, le plus souvent organisés, effectuant des séjours d'une à deux semaines. La plupart du temps, ils ne séjournent qu'une nuit au même endroit. Ils privilégient les logements dans des auberges, dans des gîtes chez l'habitant et dans des bivouacs. Les types de pratiques, de publics et d'hébergements sont sensiblement les mêmes qu'à la période coloniale, à quelques nuances près : le ski et l'escalade font désormais partie des activités possibles. Le public reste majoritairement français, mais des touristes d'autres nationalités affluent également. La traduction en anglais d'une partie du guide écrit par Peyron en 1984 prouve la venue d'un public anglophone.

Les logiques spatiales

En ce qui concerne les lieux mis en tourisme, on observe plus de rupture que de continuité par rapport à la période coloniale. Davantage de massifs sont concernés par le tourisme sportif (alors que le tourisme colonial s'est développé principalement sur les versants Nord du Haut et du Moyen Atlas) : le guide de Fougerolles, de 1981, propose pour la première fois des itinéraires détaillés dans l'Atlas central. Dans les années qui suivent, les guides proposent des itinéraires permettant de traverser les Atlas, du Sud-Ouest au Nord-Est. Ainsi, les randonnées indiquées par Peyron en 1984 et par Fougerolles en 1991 concernent les massifs du Ras Moulay Ali, du Toubkal, du M'Goun, du Mouriq et de l'Ayyachi.

A la période coloniale, les randonnées consistaient essentiellement en ascension de sommets et en boucles autour de ceux-ci. A partir des années 1980, elles consistent également en traversées. Ainsi, Peyron propose un itinéraire linéaire de grande randonnée, qui traverse les Atlas. En plus, il indique des boucles sectorielles, des variantes, des voies d'ascension de sommets, et des hautes routes praticables à pieds ou à skis, comme on le voit sur les cartes intégrées à son guide. Fougerolles, en 1991, propose quant à lui une voie transatlasique, celle de la GTAM. Sur les 20 itinéraires qu'il décrit, 12 sont des itinéraires longitudinaux, 2 sont des voies transversales et 6 sont des boucles dans un massif. On est donc passé d'une logique spatiale d'ascension à une logique de boucle et de traversée.

Un imaginaire sportif de la montagne

La littérature et l'iconographie touristiques publiées dans les années 1980-1990 accordent une attention particulière à la dimension sportive du tourisme. Ce faisant, elles véhiculent des imaginaires européens de la montagne, qui, à certains égards, dépassent les imaginaires touristiques de l'époque coloniale.

La montagne, lieu du défi sportif et d'une esthétique grandiose

L'iconographie officielle (figure 27) insiste sur le défi sportif que représentent les séjours en montagne. L'affiche qui date de 1985, soit du moment du lancement de la GTAM, s'efforce de montrer la variété des activités sportives praticables dans les Atlas, ici le ski. Le slogan de l'affiche – « le Maroc, le royaume où la montagne est reine » – entend présenter la montagne comme la nouvelle destination touristique du Maroc, et valoriser un nouveau produit touristique. La photographie a été prise par André Fougerolles : on la retrouve dans le guide illustré qu'il a publié en 1991 (pp. 16-17). Elle représente le lac d'Isly vu du sommet du Mssadrid, dans la région des hauts plateaux d'Imilchil. Il s'agit d'une prise de vue en plongée. Elle donne l'impression au destinataire de l'image de surplomber, comme le font les skieurs représentés, un panorama grandiose. On retrouve le même type d'images, représentant des paysages présentés comme impressionnants (cascades, gorges, sommets enneigés), dans la brochure « Morocco. A Feast for the Senses », publiée par l'ONMT en 1993, et ce alors même que celle-ci est destinée à un large public (un public qui visite les villes impériales et fait parfois des excursions en montagne, à la journée) et non uniquement à un public de sportifs. L'imaginaire sportif imprègne toute l'iconographie officielle de l'époque.

L'iconographie des guides adopte les mêmes perspectives sur la montagne. Celle-ci est présentée comme le lieu de défis sportifs, ainsi que le montre la couverture du guide de Peyron (figure 28). Un grand nombre de photographies qui illustrent ces guides représentent un ou plusieurs skieurs ou randonneurs en action, au premier plan, et un paysage de montagne, en arrière-plan, qui fait office de décor à l'activité sportive. Les autres photographies représentent des paysages de montagne. Elles visent à en montrer la diversité et le caractère impressionnant, comme le révèlent les sujets choisis (sommets, panoramas, gorges, parois rocheuses, cirques, balcons, crêtes, vallées encaissées) et les types de prise de vue, en plongée depuis un sommet ou en contre-plongée depuis le pied d'une paroi, pour accentuer l'impression de pente et de hauteur.

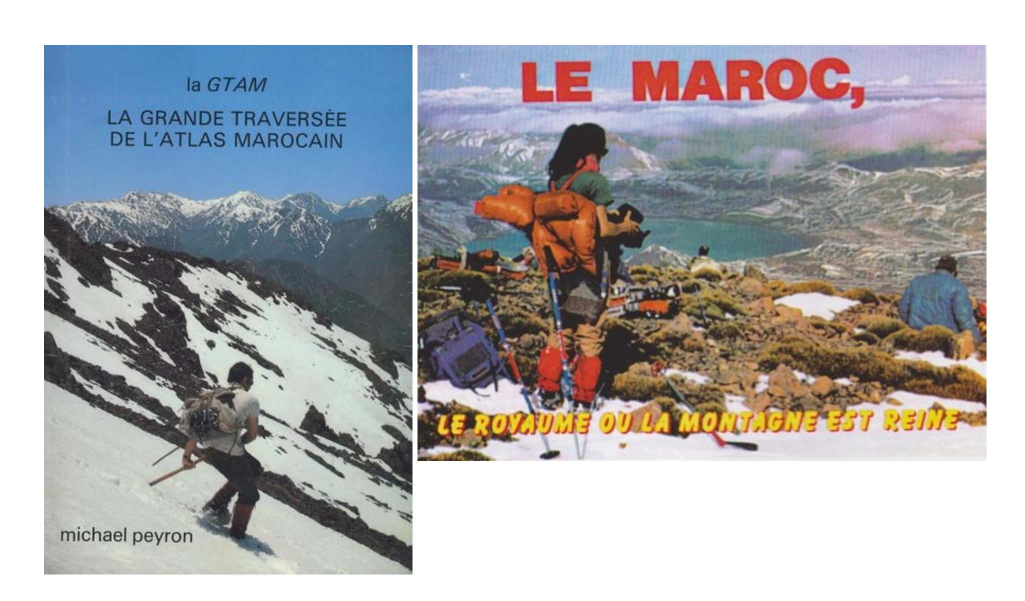


Figure 27 : couverture de la brochure « le Maroc, le royaume où la montagne est reine », Office National Marocain du Tourisme, 1985 (Charbonnier 2013, p. 69).
Figure 28. Couverture du guide de Peyron (édition de 1988).

L'attention portée à la dimension sportive des séjours en montagne, dans les guides, se voit aussi dans le fait que la description des itinéraires occupe la majeure partie de ces guides (plus de 75% du guide de Fougerolles de 1981, plus de 80% du guide de Peyron de 1984, et près de 65% du guide illustré de Fougerolles de 1991). L'intérêt de ces itinéraires est présenté comme étant essentiellement sportif et esthétique. Fougerolles (1981, p. 26) écrit ainsi: « le Haut Atlas central se trouve à même d'offrir pour qui l'aborderait avec révérence les ressources insoupçonnées qu'il recèle et dont les plus évidentes sont rien moins que : ses paysages grandioses, aux monumentales architectures et aux riches couleurs, ses hautes cimes, atteignant les 4000 m, et ses massifs, les mieux et les plus durablement enneigés d'Afrique, représentant le plus grand domaine skiable des Atlas, ses prodigieuses parois d'escalade et ses hautes crêtes escarpées, ses vals aux gorges impressionnantes où coulent les plus belles rivières du Maroc, et les plus abondantes en parcours variés de descente en canoë-kayak et de pêche sportive, des forêts inattendues à cette latitude, encore peuplées d'un gibier qui a disparu ou disparait ailleurs dans le pays ». La montagne marocaine est ainsi valorisée comme un terrain d'activités sportives variées et un ensemble de paysages grandioses.

Un imaginaire de la montagne importé d'Europe

La montagne, dont l'altitude et la verticalité sont valorisées, est ici perçue comme pourraient l'être les Alpes par des Européens : un cadre majestueux pour des défis sportifs. Il renvoie aux mythologies fondatrices des imaginaires européens de la montagne, qui considèrent, selon Bozonnet (1992), l'ascension comme un moment de dépassement de soi, héroïque.

Dans les offres touristiques des années 1980-1990, la montagne apparaît comme une « ressource générique », selon le terme employé par Gumuchian et Pecqueur (2007), car elle est relativement indépendante du lieu où elle est produite. L'attention des acteurs est portée davantage sur la montagne, comme archétype (européen voire occidental) de la montagne, que sur les spécificités locales.

Reproduction et dépassement des imaginaires touristiques coloniaux

Cet imaginaire du tourisme sportif se situe-t-il pour autant dans la lignée des imaginaires touristiques de la période coloniale ?

La brochure touristique publiée par l'ONMT en 1993 reproduit certains clichés de la période coloniale. D'abord, la montagne est présentée comme le décor ou le faire-valoir des villes impériales. On retrouve ainsi des représentations figurant au premier plan des palmiers, au second les remparts d'une *médina*, et, en arrière-plan, les montagnes enneigées. Ensuite, les photographies représentent des paysages de montagne aux couleurs contrastées (ocre et vert). Le texte accompagnant celles-ci reprend l'idée, héritée des orientalistes, selon laquelle tous les sens seraient sollicités durant le voyage en montagne. Le titre de la brochure est d'ailleurs « the mountains, a feast for the senses », que l'on peut traduire par « les montagnes, un régal pour les sens ». Enfin, les populations montagnardes sont, le plus souvent, figurées en costumes traditionnels, et le texte insiste sur leur caractère « hors du temps ».

Il semble en revanche que les guides dédiés spécifiquement au tourisme sportif parviennent à dépasser les imaginaires coloniaux : le motif de la conquête demeure, mais celle-ci est plus personnelle que collective, plus sportive que militaire. Surtout, les auteurs des guides refusent la philosophie de l'effort pour l'effort, de l'ascension pour l'ascension. Peyron (1984, p. 241) indique ainsi : « faut pas trop chercher à faire un tabac, à réaliser des perfs ». De plus, les guides prêtent une attention et un respect véritables aux sociétés locales. La dimension humaine est beaucoup plus présente dans l'iconographie qu'elle ne l'était à la période coloniale. Les photographies représentent fréquemment des villages, des greniers

collectifs, des *kasbahs*, des paysages agricoles, des hommes et des femmes dans leurs activités, des portraits de personnes. Les commentaires sur la vie dans les montagnes et les montagnards, réalisés par de fins connaisseurs des Atlas, sont très documentés, s'efforcent d'être précis et font ressortir la complexité de l'histoire de l'Atlas et la diversité de ses populations. Ils les présentent comme « prestigieuses » et soulignent le rôle central qu'elles ont joué dans l'histoire du Maroc et de l'Afrique du Nord. Néanmoins, elles passent sous silence l'épisode colonial, qu'elles ne louent ni ne critiquent. Les auteurs des guides accordent une importante attention aux problématiques et aux évolutions contemporaines des montagnes, montrant ainsi qu'ils ne les considèrent pas comme figées dans le temps. Enfin, ils insistent sur la nécessité pour les randonneurs d'adopter une attitude respectueuse vis-à-vis des populations locales. Quelques clés leur sont données, pour qu'ils comprennent leurs usages et adaptent leurs comportements.

Cependant, les discours touristiques des topoguides restent ambivalents. Certaines expressions, souvent utilisées par leurs auteurs, telles celles de « retour aux sources », « traditionnel », « vallées heureuses », véhiculent un certain attrait et une certaine nostalgie pour un monde ancien, préindustriel. Fougerolles compare à plusieurs reprises les Atlas à des « arcadies », symboles d'un âge d'or pastoral perdu dans les sociétés industrielles. De plus, des images reprennent des clichés de la période coloniale. La montagne est présentée comme primitive, et le montagnard comme solide physiquement, sauvage mais fier. Fougerolles, dans son ouvrage de 1991, parle ainsi des « Berbères au caractère opiniâtre et austère », de « l'opiniâtreté de leur personnalité montagnarde forgée à l'épreuve du rude pays des cimes » (p. 38). Il évoque « une population rustique mais fière » (p. 166) et des « hommes et [des] mulets […] remarquablement adaptés à cette montagne, robustes et endurants » (p. 173).

Malgré la persistance de ces clichés, le propos n'est jamais condescendant. Au contraire, il se veut respectueux et admiratif. Peyron (1984) écrit qu'il faut « aborder l'Atlas avec l'esprit ouvert et un brin d'humilité" » (p. 3) et évoque « une culture, qui, pour être rurale, n'en est pas pour autant à dédaigner » (p. 249). Il adopte de plus un sens critique vis-à-vis de la recherche d'authenticité supposée des touristes européens : « qu'un évadé de notre univers concentrationnaire et bétonné du XXe siècle vienne chercher paix et sérénité dans l'Atlas, personne ne trouvera à y redire. Mais qu'il ne se croit pas obligé d'évoluer au sein d'un groupe important. Pour être valable, sa « fuite vers un autre monde », son « retour aux sources » (les clichés finissent par manquer!), devra s'effectuer dans le cadre d'un tout petit groupe d'amis » (p. 2).

Finalement, dans les offres de tourisme sportif développé dans les années 1980-1990, on assiste au passage d'un tourisme « hard », « prométhéen », compétitif, à un tourisme « soft », « icarien » (pour reprendre les termes de Bozonnet, 1992), relevant d'une quête esthétique et de régénération personnelle, autant que d'une quête d'exploit sportif.

Le tourisme d'excursion des nationaux, un tourisme spontané

Parallèlement au développement d'un tourisme sportif international, et en marge de ce tourisme, se développe spontanément, dans les années 1980-1990, un tourisme national, qui se distingue du tourisme sportif.

Types de pratiques et de séjours

Les pratiques touristiques des Marocains à cette période sont sensiblement les mêmes qu'actuellement, et profondément différentes de celles du tourisme sportif international. Les touristes nationaux effectuent, selon Berriane (1989 et 2009), des séjours en montagne courts (des excursions d'une journée, d'un week-end, ou de quelques jours, pour des vacances), et en famille, souvent élargie). Ils se promènent et s'installent le long des oueds ou à proximité de cascades (telles celles d'Ouzoud, près d'Azilal) pour pique-niquer et se reposer, fréquentent les cafés et restaurants des localités, achètent quelques produits agricoles et artisanaux. Ils recherchent le calme, la verdure et la fraîcheur en été. Ils visitent des sources thermales, comme celle de Sidi Ahmed El Wafi dans la vallée du Zat, découverte en 1990. Ils pratiquent également un tourisme religieux, hérité de la pratique du pèlerinage, en visitant un marabout (saint) ou en participant à des *moussem*. Plus que dans des hébergements commerciaux, ils séjournent dans la famille ou chez des amis, ou, plus rarement, dans des maisons louées ou dans des campings. Dans certaines vallées, comme celle de l'Ourika, un tourisme de villégiature, dans les résidences secondaires, se développe.

Les touristes marocains qui fréquentent les montagnes sont principalement des citadins. Certains sont aisés (ceux qui possèdent des résidences secondaires ou ont les moyens de résider quelques jours dans des hébergements commerciaux) et d'autres sont issus des classes populaires (ceux-là effectuent des excursions à la journée, dans les vallées les plus proches des grandes villes, ou séjournent dans des campings). Il faut compter aussi, depuis les années 1980 et surtout 1990, avec les Marocains de l'étranger, de retour pour les vacances. Ceux qui sont originaires des montagnes séjournent dans leurs familles, ceux qui sont originaires des grandes villes adoptent les mêmes comportements que les Marocains aisés.

Quant à la pratique de la randonnée et du ski, elle est réservée à certains citadins de classe moyenne et supérieure et aux émigrés de retour au pays, comme le confirme Philippe Ballet (C7E8), ancien président du Club Alpin Français de Casablanca. A partir des années 1990, le club a vu le nombre de ses adhérents augmenter. Il est fréquenté alors par des Français installés au Maroc pour quelques années ou par des Français nés au Maroc, comme c'était déjà le cas auparavant, et, de plus en plus, par de jeunes Marocains sportifs. Ils sont cadres en entreprises ou dans la fonction publique, et, pour beaucoup, enseignants. Ma fréquentation du CAF de Rabat durant l'année 2006 tend à confirmer cela. Brahim Kourab (C8E8), membre de l'association des randonneurs de la Royal Air Maroc, explique également que, dans bon nombre de grandes entreprises marocaines, des associations de randonneurs se sont constituées à partir des années 1990. C'est également durant cette période que certains comités d'entreprise ont commencé à proposer des week-ends de randonnée à leurs employés. Il n'en reste pas moins que la pratique du tourisme sportif chez les Marocains demeure minoritaire par rapport au tourisme d'excursion. Cela était d'autant plus vrai dans les années 1980 et 1990.

Lieux et types de lieux concernés

Selon Berriane (2009), les touristes nationaux visitent ou séjournent dans les vallées proches des villes, soit dans les petites stations du Moyen Atlas, et, dans le Haut Atlas occidental, dans la station de l'Oukaïmeden, la vallée de l'Ourika, et la vallée de la Rheraya. Ces lieux sont essentiellement les mêmes qu'à la période coloniale, et leur fréquentation s'est intensifiée à partir des années 1980. De nouveaux lieux, tels la vallée des Aït Bouguemez, sont également fréquentés par les Marocains depuis les années 1990, par imitation des étrangers, bien qu'ils ne pratiquent pas forcément un tourisme sportif.

Les lieux du tourisme international et du tourisme national sont parfois les mêmes (c'est le cas notamment dans la vallée de l'Ourika, à l'Oukaïmeden, dans la vallée d'Imlil, et dans la vallée des Aït Bouguemez). Mais, même dans ces espaces, les lieux fréquentés sont différents. Les touristes nationaux restent le plus souvent en fond de vallée, tandis que les touristes étrangers recherchent les hauteurs, hauts plateaux et sommets. La logique spatiale du tourisme national n'est pas non plus la même que celle du tourisme des étrangers : les Marocains effectuent, plus que des boucles et des traversées, des allers retours.

L'absence d'un discours touristique publicitaire à destination des Marocains

Le développement du tourisme national en montagne s'est fait spontanément, sans qu'il soit encouragé par l'Etat, ni encadré par des opérateurs privés. Les acteurs de ce tourisme étaient des acteurs locaux (cafetiers, restaurateurs, aubergistes, hôteliers) qui mettaient à disposition des installations et des services qu'ils avaient souvent mis en place pour accueillir des touristes étrangers. En raison de l'absence de politique dédiée au développement du tourisme national en montagne, et de l'absence d'offre faite par les opérateurs touristiques privés aux Marocains, à cette période, il n'existe pas de brochures ou d'affiches touristiques dédiées à un public spécifiquement marocain. Il n'y a donc pas, dans les années 1980-1990, d'offre touristique qui s'efforcerait de véhiculer des imaginaires différents des imaginaires du tourisme sportif.

3. L'évolution des offres vers un tourisme de découverte

Dans les années 2000, les offres touristiques dominantes dans les Atlas marocains évoluent vers un tourisme qui ne se veut plus seulement sportif, mais se veut aussi un tourisme dit de découverte. La culture apparait alors comme une nouvelle ressource touristique, un élément à intégrer aux offres pour les renouveler. Les activités proposées évoluent. En va-t-il de même pour les imaginaires véhiculés ? On pourrait imaginer que la volonté affichée par les acteurs touristiques de mieux faire connaitre les cultures locales aurait pour conséquence de renouveler le stock d'images de la montagne marocaine proposées aux touristes. Driss Boumeggouti (2009) soutient la thèse de la continuité des imaginaires touristiques (comme Mohamed Aït Hamza, Hassan Ramou et Michaël Peyron, déjà cités). Pour lui, les imaginaires véhiculés par les acteurs principaux du tourisme dans les Atlas, les tours opérateurs et les autorités, évoluent peu. La communication touristique reste fondée sur des images héritées de la période coloniale, période durant laquelle a été créé un « fonds imaginaire » (p. 372), dans lequel continuent de puiser les acteurs touristiques. Telle est la thèse que je vais soutenir moi aussi, en la nuançant, pour la période contemporaine.

Evolution des discours des guides touristiques ciblés sur les Atlas

Si l'offre du tourisme de montagne évolue par rapport à l'offre des deux décennies précédentes, elle n'en demeure pas moins une offre de tourisme sportif. La gamme des activités proposées s'élargit encore : parapente, kayak, spéléologie, vélo, *etc*. Mais la randonnée reste l'activité centrale des touristes étrangers en montagne. Selon Berriane (2009), la majorité des randonneurs sont encadrés par des tours

opérateurs, généralistes ou spécialisés, mais un nombre croissant de touristes individuels randonnent de manière autonome, sans avoir recours à un TO.

Pour attirer et informer ces touristes, quelques guides touristiques ont été édités et réédités ces dernières années. Parmi ceux-ci, on trouve le guide d'Hervé Galley, édité en 2004 et réédité en 2012. Ingénieur et sociologue français, fin connaisseur des Alpes, auxquelles il a consacré trois autres guides, et des Atlas, il propose des itinéraires de randonnée et de ski dans les massifs du Toubkal, du M'Goun, du Siroua et du Sahro. Ce guide n'est pas véritablement innovant par rapport à ceux des années 1980-1990 : les itinéraires proposés sont assez proches de ceux proposés par Peyron et Fougerolles (ils concernent les mêmes sommets et souvent les mêmes vallées). L'innovation consiste à proposer des itinéraires dans deux massifs peu pratiqués et peu présentés dans les guides jusqu'aux années 2000, le Siroua et le Sagho. Elle consiste également à signaler les itinéraires praticables par des familles, dans l'idée d'ouvrir la pratique de la randonnée en montagne à un public plus large. Elle porte enfin sur la pédagogie : la description des itinéraires et la cartographie, plus claires, sont beaucoup plus utilisables par les randonneurs qu'elles ne l'étaient dans les guides de Peyron et Fougerolles.

Quant aux représentations des Atlas, elles sont proches de celles proposées par les guides des années 1980-1990. Le guide de Galley véhicule en effet lui aussi un imaginaire sportif de la montagne, mais un imaginaire plus « icarien » que « prométhéen », moins compétitif qu'axé sur la découverte des montagnes et des montagnards, un imaginaire qui tend à s'éloigner des clichés de la période coloniale : il incite les randonneurs à mesurer les risques pris et à prendre le temps de contempler les paysages, présentés là aussi comme grandioses (comme le montre la couverture, qui représente, en contre-plongée, les cascades d'Ouzoud), et de s'intéresser aux habitants. La culture n'est pas au centre des préoccupations, mais, du moins, le guide invite à respecter les sociétés locales et à considérer celles-ci non comme des sociétés traditionnelles figées, mais comme des sociétés en mouvement. L'auteur écrit ainsi : « l'Atlas reste peuplé, l'agriculture traditionnelle reste vivace, mais la montagne marocaine n'est ni un zoo, ni un musée, elle se transforme » (p. 16). Ce faisant, il souhaite éviter de colporter des images folklorisantes des montagnards.

Les pratiques que cherchent à susciter ces guides, un tourisme individuel « léger », ne sont pas les pratiques dominantes dans les Atlas. Depuis les années 2000 s'y

développe la pratique du 4X4, encouragée par les guides de Jacques Gandini[94]. De plus, les discours des auteurs de guides spécialisés ne bénéficiant que d'une faible diffusion, par rapport aux discours publicitaires des TO qui proposent des séjours en montagne et par rapport aux discours publicitaires des autorités en charge du tourisme. Ceux-ci semblent se situer davantage dans la lignée des imaginaires touristiques de la période coloniale.

Evolution des offres et discours des TO et continuité des imaginaires touristiques

Un renouvellement des offres par un discours en trompe l'œil sur la culture

Dans les catalogues les plus récents, les tours opérateurs étrangers et marocains mettent en avant la création de séjours destinés à un public plus large qu'un public de sportifs, qu'ils désignent comme des séjours « de découverte » des populations « berbères ». Terre d'aventure - une agence française créée en *1976, qui est l'une des premières agences à avoir créé une offre de circuits de randonnée accompagnés dans les Atlas marocains, à la fin des années 1980 – propose ainsi* deux types de séjours : des « voyages randonnée » et des « voyages découverte ». Globalement, les brochures publiées par les agences spécialisées accordent plus de place à la « culture ». La brochure de Terre d'aventure du printemps-été 2007 invite le voyageur à aller « à la rencontre d'une culture ». Elle l'incite à s'intéresser autant aux hommes et à leur culture qu'aux paysages : « le Haut Atlas de Marrakech, à 70 km de Marrakech, est dominé par le Toubkal, point culminant d'Afrique du Nord, et ses sommets de 4000 m. Mais c'est aussi un massif aux nombreuses vallées verdoyantes, sculptées par l'homme, avec leurs champs en terrasses et leur villages haut perchés, et qui sont autant de portes ouvertes sur la culture, la vie et l'hospitalité berbères » (p. 45). L'iconographie (figure 28) souligne également la volonté du voyagiste de valoriser la culture « berbère », les savoir-faire artisanaux, autant que le cadre naturel, et de spécifier le « pays » dans lequel va être effectuée la randonnée, par ses populations.

[94] Celui qui concerne les Atlas est le suivant : GANDINI J., 2000, *Pistes du Maroc. Tome 1, Haut et Moyen Atlas*, Calvisson, Extrêm'sud éd, 254 p. Il a été augmenté et réédité en 2006. Un tome 7 est paru récemment sur l'Anti Atlas.



Figure 29. Brochure Terre d'Aventure, printemps-été 2007, p. 51

De même, l'agence Atlas voyage, première agence marocaine généraliste, propose deux types de séjours touristiques en montagne, comme me l'explique l'un des responsables du département « montagne » (C5E1) : des séjours de tourisme sportif, d'aventure et des séjours de tourisme culturel ou de découverte, durant lesquels plus de temps est consacré « à la découverte de la vie quotidienne des Berbères et de leurs traditions, et à la rencontre des habitants ». Enfin, les agences marocaines spécialisées dans le tourisme de montagne créées récemment, telles que Sentier berbère – une agence fondée en 2002 par deux guides marocains formés au CFAMM, que j'ai pu interroger (C7E14) – cherchent à ne pas dissocier tourisme sportif et tourisme culturel. Pour Hakim Mandili, l'un des fondateurs, il s'agit « de faire en sorte que les touristes découvrent la culture berbère avec leurs pieds, en prenant le temps ».

Mais la réalité du caractère novateur de ces offres n'est pas évidente, pour plusieurs raisons. D'abord, les itinéraires proposés sont assez peu innovants dans l'ensemble, car ils reprennent fréquemment ceux des guides des années 1980-1990. Les itinéraires changent peu d'une année à l'autre, de même que les commentaires qui sont faits à leur propos, et que les noms qui leur sont accordés. On retrouve ainsi, dans les brochures Allibert (une agence française spécialisée dans le trekking en montagne et dans les déserts) publiées entre 2006 et 2011 les circuits intitulés « les granites de Tafraoute », « terre berbère », « les roses du M'goun », « les villages du Toubkal », « les quatre 4000 du Toubkal », « la traversée nord-sud du M'Goun », « au bout de l'Atlas ». Ensuite, en ce qui concerne la nouveauté que représenterait la dimension culturelle : le discours des tours opérateurs sur les montagnes marocaines n'a jamais fait complètement abstraction de la « culture ». La nouveauté réside seulement dans le fait que le discours sur la culture se veut plus explicite et plus présent dans les offres récentes. De plus, les séjours « découverte » proposés par les TO spécialisés restent essentiellement

sportifs. Il s’agit de séjours itinérants qui laissent peu de temps à la découverte et à la rencontre : le plus souvent, il est prévu que le groupe ne passe qu’une nuit au même endroit, et nombreux sont encore les séjours durant lesquels tout l’hébergement s’effectue en bivouacs, ce qui n’est pas pour favoriser la rencontre avec les habitants. Rares sont les séjours longs dans une seule vallée. A titre d’exemple, Terre d’aventure ne propose que deux randonnées « en étoile » (tous deux dans le Haut Atlas central, dans la vallée des Aït Bouguemez et à Zaouiat Ahençal).

Il faut donc nuancer le caractère novateur de ces offres « de découverte ». La « culture » semble ici constituer une rhétorique destinée à relancer les produits « montagne », plus qu’elle ne parait renouveler véritablement l’offre.

Des imaginaires des Atlas peu novateurs, hérités de la période coloniale

L’absence d’innovation se perçoit aussi dans les représentations mobilisées. Les offres « de découverte » véhiculent des représentations des montagnes marocaines héritées de la période coloniale. Premièrement, les brochures des tours opérateurs, spécialisés et généralistes, reprennent volontiers le motif de la montagne décor, faire-valoir de la plaine et de la ville. On trouve ainsi dans la brochure du Club Méditerranée pour l’année 2009, l’image classique représentant, au premier plan, les remparts ocres de Marrakech, et, en arrière-plan, les montagnes enneigées qui se détachent sur un ciel bleu azur.

Deuxièmement, on retrouve le motif de la montagne à conquérir, par l’exploit sportif. C’est notamment le cas chez les voyagistes spécialisés dans le trekking. Certaines expressions, utilisées dans les « points forts » des séjours proposés dans le catalogue Allibert 2007, sont révélatrices : « le challenge : atteindre le sommet du M’Goun en une semaine » (p. 106), « le défi sportif de cette grande traversée, de l’Ayachi à l’océan : ascension des plus beaux sommets (dont cinq « 4000 »), traversée de crêtes sauvages » (p. 107), « une superbe chevauchée de sommets, avec quatre « 4000 » » (p. 108). La brochure Terre d’aventure printemps été 2007 adopte le même ton : « point culminant de l’Afrique du Nord, le djebel Toubkal est ceinturé de contreforts géants dont aucun ne s’abaisse au-dessous de 3000 m. Les voies de pénétration ne manquent pas et le Toubkal reste le plus accessible des grands massifs du Haut Atlas marocain. Nous irons explorer les régions les plus reculées de ces hautes vallées encaissées et ensoleillées, où se nichent de minuscules villages. L’ascension du sommet de l’Atlas : le Toubkal, sera le point d’orgue de ces randonnées ». Le vocabulaire utilisé (« pénétration », « exploration », « défi », « challenge ») illustre la persistance d’un imaginaire de la

montagne prométhéen. Le choix des images, représentant des randonneurs à l'assaut du sommet (figure 30) ou qui y sont parvenus, va dans le même sens.

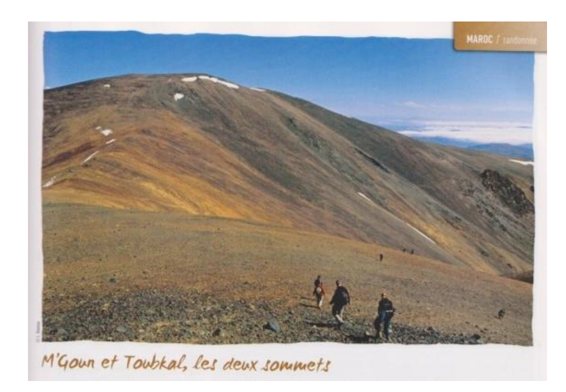


Figure 30. Brochure Terre d'Aventure, printemps-été 2009, p. 27.

Troisièmement, ces brochures véhiculent une vision archétypale de la berbérité, héritée de la période coloniale. D'abord, quand il est question des habitants des montagnes, ceux-ci sont présentés systématiquement et uniquement comme des « berbères ». Les brochures évoquent ainsi le « peuple berbère », le « monde berbère » ou le « pays berbère ». Il s'agit d'une vision ethnicisante. Elles n'abordent que très rarement les différences régionales et locales existant entre les populations des montagnes, sauf pour évoquer les « tribus ». De plus, les quelques points de repères donnés au début de la présentation des offres sont consacrés presque exclusivement aux données « naturelles ». Rien n'est dit qui permette de replacer les « berbères » dont il est ensuite question dans une histoire. On a donc une vision globalisante des montagnards, qui les fige dans le temps. Le discours touristique efface également toute trace d'actualité politique : il n'est jamais question des « *amazighs* » ni du mouvement *amazigh* militant.

Une lecture plus précise des catalogues permet de constater que les brochures reprennent bon nombre de clichés orientalistes :

- celui de la nature luxuriante, originelle, sauvage. On peut lire, dans le catalogue Allibert « déserts du monde », pour 2006-2007, page 47 : « point culminant de l'Anti Atlas, le J'bel Siroua est un ancien volcan explosé. Un monde minéral, des vallées riantes où coulent des oueds aux eaux lipides. Des villages de vallée, aux fortes traditions, aux bergeries d'altitude, des gorges profondes aux vallons jardinés, des champs de terrasses aux crêtes dénudées ».

- celui d'une population mystérieuse. A la suite du passage précédemment cité est évoquée « une terre secrète aux traditions bien enracinées ».

- celui d'un peuple en harmonie avec la nature. Il est souvent question de villages qui se fondent dans le paysage.

- celui d'un peuple vivant dans un milieu naturel difficile mais riche et heureux grâce à sa culture. Sont par exemple évoqués, dans le catalogue Terre d'aventure printemps-été 2007, page 54, des vallées qui sont des « oasis de prospérité au milieu des montagnes austères qui les protègent ». On retrouve également des images d'enfants qui sourient (figure 31), des expressions telles celles de populations (ou de vallées) « riantes », et de « vallées heureuses », qui laissent entendre que les espaces à visiter se rapprochent du paradis. En revanche, ces images et expressions passent sous silence les difficultés socioéconomiques que connaissent les populations dans les montagnes.

- celui d'un peuple et d'un environnement tout en contraste et en couleur. L'insistance faite sur les couleurs des habits (les jupes et les fichus multicolores des femmes) et des paysages (les vallées vertes et la terre rouge) est aussi un motif de la littérature et de la peinture orientalistes, de même que l'attention portée aux sens. On peut lire dans la brochure Terre d'aventure automne-hiver 2006/2007, page 78 : « découvrir la vie quotidienne berbère dans un village et au départ d'une maison traditionnelle, c'est « voir » et « sentir » cet hymne à la vie qui règle les traditions agricoles du Haut-Atlas central ». L'idée sous-jacente, qui est que les sociétés « orientales » sont des sociétés dans lesquelles la sensibilité est plus importante que l'intellect, est empruntée aux orientalistes.





Figure 31. Catalogue Terre d'aventure printemps été 2007, p. 55
Figure 32. Catalogue Terre d'aventure automne hiver 2006/2007, p. 78

- celui d'un peuple nomade. Lorsqu'il est question des « tribus berbères », seules sont évoquées les tribus pratiquant la transhumance. Il arrive même que la figure du « berbère » soit confondue avec celle de l'« homme bleu », autre figure archétypale de l'imaginaire orientaliste (figure 33).

- celui d’un peuple aux « coutumes préservées », « authentique ». Ainsi, les personnes sont représentées, sur les images, en train de réaliser des activités dites « traditionnelles » (figure 32), ou en habits « traditionnels » (figure 31).

La rhétorique de l’authenticité est une rhétorique touristique classique, destinée à attirer un touriste occidental perçu comme nécessairement nostalgique de la société préindustrielle. Mais ici, elle renvoie à un imaginaire colonialiste. En effet, les brochures reprennent certains traits, ambivalents, attribués aux Berbères à la période coloniale : ils sont présentés comme accueillants, généreux, mais fiers et parfois rudes de caractère. Certains discours sont teintés de condescendance : la société est présentée comme vivant dans un autre temps (le terme « ancien » revient en permanence), voire moyenâgeuse (figure 34).

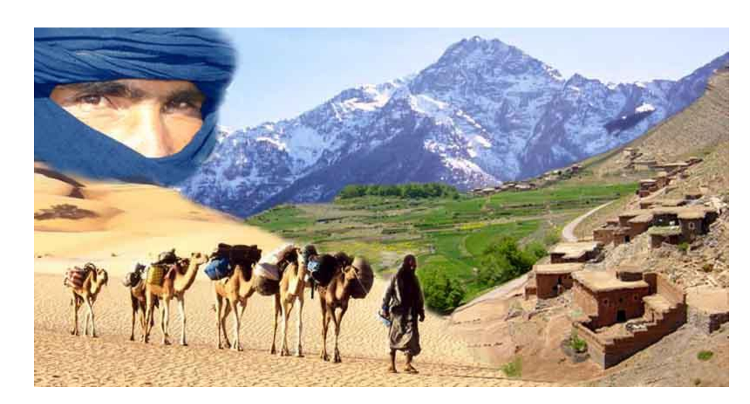


Figure 33. Guide-randonnée-maroc.com

Dans ce pays du Maroc où la modernité s’est construite en strates, vous découvrirez des modes de vie et d’habitation qui, en certains endroits, n’ont pas changé depuis le Moyen Âge.





Figure 34. everdu.com

On observe donc la permanence des motifs utilisés depuis la période coloniale à propos des « berbères », dans les discours des tours opérateurs étrangers et dans ceux des agences marocaines généralistes comme Atlas voyage. Ils entretiennent le mythe colonial d'une montagne berbère archaïque, enfermée dans ses traditions.

Ce constat peut être quelque peu nuancé. Les agences marocaines spécialisées dans le tourisme de montagne, comme Sentier Berbère, adoptent un discours un peu différent. D'un côté, elles adoptent un discours plus proche de celui des guides de randonnée. Les images que l'on trouve sur le site Internet de l'agence représentent des paysages de montagne et des groupes de touristes et de guides, mais peu représentent les habitants. Lorsque je demande pourquoi au responsable de l'agence, il me répond : « c'est parce que c'est difficile de ne pas donner une vision des populations qui vire à la caricature. On préfère ne pas trop en montrer, dans l'idée que les gens se fassent une idée par eux-mêmes, sans trop les influencer. On demande aux touristes d'y aller doucement quand ils prennent en photo des gens dans les villages, donc on ne va pas leur montrer plein d'images de villageois ! Le mieux c'est de voir en vrai ». Ce propos illustre la difficulté des acteurs touristiques qui veulent se détacher d'images des montagnes qu'ils jugent caricaturales, à trouver des solutions iconographiques alternatives. D'un autre côté, malgré cette réflexion sur l'image, le site Internet relaie la rhétorique de la tradition et de l'authenticité, rejoignant en cela le discours des agences étrangères et des agences marocaines généralistes. Ce langage est aussi celui des autorités, comme je vais maintenant le montrer.

Evolution des discours publicitaires des autorités et continuité des imaginaires touristiques

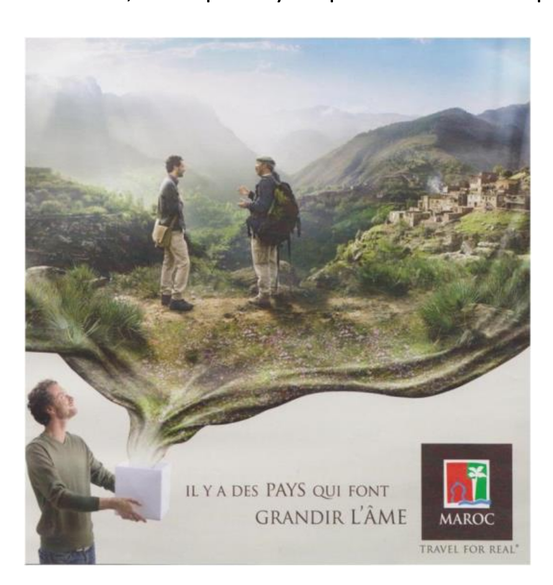
Depuis les années 2000, l'Office du tourisme marocain a orchestré plusieurs campagnes publicitaires, qui accordent une attention spéciale aux montagnes.

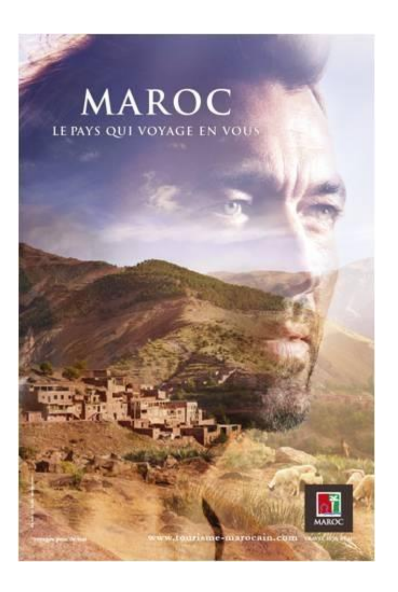
Les dernières campagnes publicitaires à destination des étrangers

Les deux dernières campagnes de publicité touristique ont été lancées en 2008 pour « il y a des pays qui font grandir l'âme », et en 2011 pour « le pays qui voyage en vous ». Dans les affiches de la première campagne, un voyageur qui parcourt le Maroc muni d'une boîte blanche, qui grandit au fil de son voyage, est mis en scène. Elle est le symbole de l'âme du voyageur qui grandit. Dans chaque affiche de la seconde campagne, un voyageur ou une voyageuse apparait en fond flouté, le regard perdu, comme s'il revivait la découverte du lieu représenté. Les deux campagnes jouent sur plusieurs idées communes. Elles présentent le Maroc comme un pays à la forte personnalité culturelle, mais qui est, en même temps, riche de la diversité de ses paysages, de son architecture, de son artisanat, de ses ambiances. Elles le montrent également comme un pays authentique, humain et chaleureux, d'où le voyageur revient transformé durablement.

Les deux affiches qui représentent les Atlas, dans ces campagnes publicitaires (figures 35 et 36), illustrent la volonté de la puissance publique de proposer, en montagne, de nouvelles pratiques touristiques, plus axées sur la découverte que sur le sport, et de montrer que la montagne est un lieu touristique accessible à un public plus large que le seul public de sportifs. Ce nouveau public est représenté, dans les deux affiches, par un jeune citadin. Dans l'affiche de 2008, le guide et son client occupent le centre de l'image, pour montrer que la montagne est moins le lieu du défi sportif qu'un lieu de découverte et de rencontre, dans une nature paisible et luxuriante. Le guide, garant de l'authenticité et de la profondeur de la rencontre, est présenté comme un passeur interculturel, transmettant son savoir au touriste. La composition de l'affiche de 2011 amène le regard du destinataire à se poser sur le village, présenté ainsi comme le but du voyage.

Ces affiches reprennent des imaginaires touristiques hérités de la colonisation. Les populations locales sont absentes des images, en dehors du guide, dépositaire de l'« âme marocaine »… mais aussi porteur du sac à dos. Il est représenté avec un chèche, attribut supposé du Berbère « authentique ». La montagne est surtout représentée comme l'archétype de la nature grandiose, verdoyante, luxuriante, baignée de lumière, et ouverte sur un ciel bleu propice à l'élévation spirituelle. Sont ainsi repris certains clichés véhiculés par l'iconographie touristique à la période coloniale, bien qu'il n'y ait pas de discours explicite sur la « berbérité ».



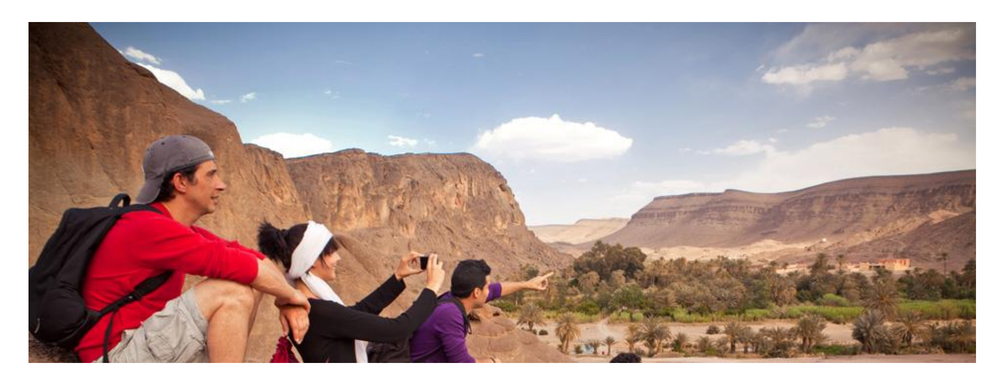


Figures 35 et 36. Affiche de la campagne « il y a des pays qui font grandir l'âme », ONMT, 2008. Affiche de la campagne « Maroc le pays qui voyage en vous », ONMT, 2011.

Les Atlas dans la campagne destinée aux Marocains

L'une des campagnes publicitaires, la campagne intitulée « *Kounouz biladi* » (que l'on peut traduire par « trésors de mon pays ») vise un public marocain. Elle est couplée avec un programme visant à développer le tourisme national au Maroc. En effet, à partir des années 2000, les politiques touristiques ont commencé à encourager le tourisme domestique, pour répondre aux fluctuations du tourisme international. Le programme « *Biladi* » (« mon pays »), lancé au début des années 2000, a pour but d'engager les Marocains à séjourner dans des établissements commerciaux. Dans le Plan Azur, un volet est destiné au tourisme de séjour des Marocains. A partir de 2003, le programme « *Kounouz biladi* » fait la promotion de paquetages proposés par des agences de voyage et des hôteliers qui prévoient des réductions allant jusqu'à 50% pour les nationaux, à condition que leur séjour dure au moins deux nuitées.

Le site de promotion de ce programme, dédié aux touristes marocains potentiels, montre que les offres faites par les agences et hôtels concernent principalement des logements en ville, et peu à la campagne. Néanmoins, certaines des images qui défilent sur le site Internet sont des images de montagnes (figures 37 et 38). La première révèle l'effort réalisé par les autorités pour faire de la montagne une nouvelle destination touristique pour les familles. Au plan des activités touristiques, les deux images suggèrent que les touristes marocains peuvent pratiquer la randonnée ou voyager en 4X4, comme les touristes étrangers. Il y a donc une tentative pour rapprocher les pratiques des Marocains de celles des étrangers. Le fait que les touristes représentés sont habillés à l'européenne va aussi dans ce sens.





Figures 37 et 38. Images promotionnelles disponibles sur le site kounouzbiladi.com

L'imaginaire véhiculé par ces images est assez proche de celui véhiculé par les affiches destinées aux touristes étrangers. Elles représentent la montagne à travers des paysages de gorges impressionnants, aux couleurs contrastées, et en l'absence de ses habitants.

In fine, il semble que les autorités tendent à proposer les mêmes pratiques et les mêmes représentations de la montagne aux touristes étrangers et nationaux, des représentations qui reprennent certains poncifs des imaginaires coloniaux de la montagne, sans pour autant évoquer explicitement les « berbères ». Le discours publicitaire touristique semble se « lisser », en proposant des images qui parlent de la montagne comme un archétype, élaboré depuis la période coloniale, et non pour ses spécificités locales.

Conclusion

L'analyse de guides, brochures et affiches touristiques, représentatifs des offres suggérées par les acteurs principaux de la mise en tourisme des montagnes depuis la période coloniale, montrent des permanences et quelques évolutions dans les pratiques qu'ils proposent et dans les imaginaires qu'ils véhiculent. Sur le plan des pratiques, on assiste à l'affirmation d'un tourisme d'excursion et d'un tourisme sportif, dont les bases avaient été posées à la période coloniale. Cependant, dans les années 1980 et 1990, les acteurs touristiques dominants, l'Etat et les TO, ont focalisé leurs efforts sur le développement du tourisme sportif international. Les imaginaires coloniaux ont alors été infléchis, en partie remplacés par des imaginaires européens de la montagne, moins conquérants et condescendants à l'égard des montagnards. Dans les années 2000, le discours touristique des TO et des autorités se diversifie. Ils s'efforcent de réorienter l'offre de tourisme de montagne vers un tourisme plus culturel pour les étrangers, et plus sportif pour les Marocains. Derrière la diversité des pratiques qu'ils encouragent dans leurs discours, les imaginaires qu'ils colportent continuent à emprunter, de manière plus ou moins subtile, certains clichés sur la « montagne berbère » cristallisés à la période coloniale. On assiste donc à un glissement des discours des acteurs et de leurs offres - globalement d'un tourisme sportif vers un tourisme de découverte (plus qu'à une rupture, car les deux types de pratiques cohabitent dans les lieux touristiques et dans les offres des acteurs) – sans que cela n'entraîne de véritable rupture avec l'héritage colonial, du point de vue des imaginaires.

Ici, je me suis attachée à décrypter l'émergence, la cristallisation et l'évolution d'imaginaires touristiques considérés comme des « identités sociales » ou des « catégories sociales » attribuées aux habitants des montagnes par des acteurs touristiques étrangers et par la puissance publique marocaine, qui ont identifié ce groupe à travers une catégorie classificatoire ethnique, la berbérité, et à travers une catégorie géographique, la montagne, faisant référence à l'environnement « naturel » dans lequel s'inscrit le groupe. Je me suis placée du point de vue des offres et des imaginaires qu'elles véhiculent, pour identifier les « identités sociales » imposées à travers le tourisme et voir comment elles l'ont été. Cela a pour but de voir comment les porteurs de projets dits « alternatifs », que je vais présenter ensuite, se positionnent par rapport à ces « identités sociales » : les rejettent-ils ? Se les réapproprient-ils ? Les retravaillent-ils ?

Chapitre 6.
Le tourisme « alternatif » : entre ancrages et branchements

Dans les Atlas marocains, depuis le début des années 2000, des acteurs touristiques proposent des offres qui valorisent du « patrimoine », qu'ils présentent comme des « alternatives » aux offres majoritaires. Il convient de présenter les profils des responsables de ces offres et leurs projets, afin d'en comprendre les logiques et d'interroger leur caractère novateur, en particulier au plan des identités qu'ils véhiculent. Il s'agit de saisir quelles identités collectives ils mettent en avant, pour voir si celles-ci sont véritablement en rupture avec les identités sociales diffusées depuis la période coloniale. En cela, les réflexions de ce chapitre s'inscrivent dans le cadre des études postcoloniales et subalternes.

L'idée que je vais défendre dans ce chapitre est que les acteurs du tourisme patrimonial retravaillent profondément ces identités sociales héritées de l'époque coloniale, en s'appliquant à les territorialiser, pour promouvoir des identités collectives dans leurs nuances locales multiples. Ce processus de territorialisation des identités se comprend dans une logique d'ancrage : les acteurs touristiques cherchent à ancrer leurs projets dans des territoires. Ils adoptent également une logique de branchement - sur des réseaux d'acteurs nationaux et internationaux, sur des expériences réalisées ailleurs, sur les recommandations d'organisations internationales et sur des référents identitaires mondialisés -, mais ils mettent ces efforts de branchement au service de stratégies d'ancrage[95].

Mon analyse s'appuie, au plan méthodologique, sur des entretiens avec des porteurs de projets « alternatifs », des observations réalisées lors de la venue de touristes et sur l'étude de leurs brochures. Au plan théorique, elle est alimentée par les approches post-nationales des identités, notamment par celle d'Amselle (2010), qui permettent de comprendre la mise en tourisme des identités comme une dynamique de branchement au service d'un effort d'ancrage à des territoires variés, mise à profit dans le cadre de stratégies économiques, culturelles, voire politiques.

---

[95] Ces réflexions sur les dynamiques d'ancrage et de branchement ont été en partie développées dans un article paru en 2012 dans *Via@*, pour le cas des vallées du Zat et de l'Ourika.

I. Critique du tourisme de randonnée et d'excursion

L'un des points communs des projets « alternatifs » que j'ai étudiés est qu'ils sont le fruit d'un rejet, de la part de leurs concepteurs, des formes de tourisme existant dans les Atlas marocains, qu'ils présentent parfois comme du « tourisme de masse ». Ce terme est employé par les acteurs qui disent proposer une offre « alternative ». Loin de reprendre à mon compte ces dénominations, je les considère comme relevant du discours, et je m'efforce d'examiner quelles stratégies recouvre l'usage de ces termes chez les acteurs. Certaines vallées (l'Ourika) et certains lieux (la station de l'Oukaïmeden, Setti Fatma dans la vallée de l'Ourika, Tabant dans la vallée des Aït Bouguemez, Taliouine centre, le site des cascades d'Ouzoud) font office de repoussoir, à plusieurs égards.

1. Un bilan critique de l'offre touristique

L'offre touristique en elle-même fait l'objet de critiques récurrentes. Les porteurs de projets dits « alternatifs » considèrent que les activités proposées aux touristes sont uniformes, peu originales, et qu'elles ne valorisent pas les spécificités locales. C'est ce qu'exprime Rémi, le fondateur du Jardin de Timalizene, un jardin botanique, dans la vallée de l'Ourika (C5E6) :

> « Ces dernières années, il y a de plus en plus de cafés et de restaurants qui se sont installés le long de l'*oued* et de la route. Ils font du thé, des grillades. Tout le monde fait pareil! Je me demande même parfois comment les touristes choisissent. Et puis, c'est difficile pour un touriste de trouver quelque chose d'intéressant à faire dans la vallée s'il ne vient qu'une journée, sans avoir trop préparé. S'il va à Setti Fatma, comme la plupart, il va aller se promener jusqu'aux cascades et prendre un thé dans un café. Il va peut-être s'arrêter le long de la route pour faire quelques achats. Mais là aussi, à quel bazar va-t-il s'arrêter? Tout va lui sembler pareil! Il verra partout les mêmes poteries, les mêmes tapis, qui ne sont même pas tissés dans la vallée, les mêmes minéraux aux couleurs trafiquées. En repartant, il ne connaitra rien de l'Ourika! ».

Ils se basent sur ces constats négatifs pour proposer des activités qu'ils voudraient plus variées et plus originales, et des produits de qualité, susceptibles de donner à voir aux visiteurs ce qui fait la particularité des lieux.





Figure 39 (gauche) et 40 (droite) : restaurants à l'Oukaïmeden (avril 2011) et à Setti Fatma (mai 2010). Ces photographies, que j'ai prises, ont été choisies par Khalid, responsable d'un écomusée, dans la vallée de l'Ourika. Il a estimé qu'elles étaient représentatives des offres touristiques qu'il n'apprécie guère, comme Rémi.

2. Un bilan en demi-teinte des impacts socioéconomiques

Les porteurs de projets « alternatifs » s'accordent également sur le bilan qu'ils dressent du tourisme dans les Atlas au plan socioéconomique. Certes, ils constatent qu'il a été un facteur d'amélioration des conditions de vie : il a encouragé l'Etat à réaliser des infrastructures de base dans les montagnes, notamment des infrastructures routières. Ils reconnaissent qu'il a permis à certaines familles d'avoir des revenus complémentaires. Cependant, ils soulignent les effets négatifs qu'il a sur l'agriculture. Hassan Aït Brahim, responsable du bureau des guides, à Setti Fatma, regrette que les jeunes se détournent de l'agriculture, perçue comme plus fatigante et moins rentable que l'activité touristique, se rendant ainsi dépendants d'une activité saisonnière et aléatoire.

Surtout, ils critiquent les faibles retombées du tourisme sportif et d'excursion, en termes de création d'emplois et de revenus, pour les populations locales. Ce tourisme profiterait essentiellement à des opérateurs basés dans les villes marocaines, essentiellement à Marrakech, et à l'étranger. Les emplois locaux qu'ils créeraient seraient trop peu nombreux, et les personnes qu'ils emploient seraient mal rémunérées. A cet égard, la pratique du bivouac, systématique chez certains voyagistes spécialisés dans la randonnée, est particulièrement critiquée. Elle consiste à installer le groupe de touristes à l'écart d'un village, sans employer ses habitants et sans acheter de produits alimentaires locaux. Les acteurs touristiques locaux se plaignent de surcroit d'être les perdants du système des commissions : dans l'Ourika, les accompagnateurs employés par des tours opérateurs tels que

Marmara ou Fram ou les conducteurs de taxis demandent 50% du prix des objets achetés par les touristes, aux dires des boutiquiers, qui n'en retirent que de faibles bénéfices.

Certains acteurs disent enfin être en concurrence avec des vendeurs, des muletiers et des guides venus d'ailleurs. Ainsi, à la source thermale de Tighdouine, la plupart des muletiers viennent d'autres vallées. Il y a aussi une concurrence entre les guides «officiels» et ceux qui sont appelés les «faux guides»: les premiers accusent les seconds de leur faire une concurrence déloyale, alors qu'ils n'ont pas l'autorisation d'exercer leur profession, et de mettre les groupes en danger, car ils n'ont pas de formation. Les seconds s'estiment victimes d'un système qui rend inaccessible pour eux la formation de Tabant car elle requiert un niveau baccalauréat, qu'ils n'ont pas la plupart du temps, et qu'il faut verser, selon eux, des «*bakchichs*» pour y avoir accès. Ils critiquent le fait que les guides exerçant dans leur vallée, bien que diplômés, n'en sont souvent pas originaires et, pour cette raison, les considèrent moins légitimes qu'eux-mêmes pour la faire visiter.

La supposée manne touristique serait donc accaparée par des acteurs externes aux montagnes et empêcherait les habitants d'en tirer une quelconque plus-value économique et sociale. *A contrario*, les acteurs des offres « alternatives » veulent faire en sorte que le tourisme soit mieux maîtrisé par les acteurs locaux, afin qu'ils en bénéficient davantage.

3. Un bilan négatif des impacts sur l'environnement

Les acteurs du tourisme « alternatif » se disent préoccupés par les effets du tourisme sportif et d'excursion sur l'environnement naturel et culturel, qu'ils jugent délétères.

Des effets négatifs sur l'environnement naturel

Dans les sites et localités qui concentrent le plus les visiteurs, ils critiquent la pollution engendrée par le dépôt des déchets produits par l'activité touristique, les sacs plastiques et les déchets des pique-niques étant rejetés dans les *oueds*. Ils incriminent l'absence d'installations destinées à traiter les déchets, l'absence de sensibilisation des touristes et des acteurs touristiques et la trop grande concentration des flux touristiques dans certains sites et localités, alors que ces lieux ne sont pas prêts à accueillir de tels flux. Certains proposent de mettre en œuvre des actions d'éducation à l'environnement à destination des habitants et des visiteurs. Ils veulent développer de nouvelles offres touristiques en dehors des

lieux déjà saturés, de façon à désengorger ces derniers. Certaines pratiques touristiques sont particulièrement incriminées. Les sorties en 4x4 et en *quad* sont accusées de détruire la flore, de perturber la faune et de créer une pollution sonore et atmosphérique. Les séjours privilégiant les transports doux (à pied, à vélo), et les transports collectifs locaux, sont, à l'inverse, plébiscités.

Des paysages abimés

Les acteurs du tourisme « alternatif » accusent certaines constructions réalisées à des fins touristiques (hôtels et restaurants), dans l'Ourika et à l'Oukaïmeden, de constituer une pollution visuelle. Pour eux, ces constructions abîment le paysage car elles ne respectent pas les principes, les formes et les matériaux de l'architecture locale, ayant été réalisées suivant des modèles importés (renvoyant selon eux à l'architecture des stations balnéaires et de montagne françaises, dans les années 1960-1970) et avec des matériaux tels que le béton qui, traditionnellement, n'étaient pas utilisés dans les montagnes. Pour contrer ces tendances, ils entendent construire ou rénover les bâtiments destinés à l'accueil des touristes dans le respect de l'architecture locale.



Figure 41 : bâtiments de la station de l'Oukaïmeden (E. Perrier, avril 2011).

Ces bâtiments m'ont fréquemment été présentés par les acteurs comme emblématiques d'une architecture irrespectueuse du paysage.

Des impacts négatifs sur les mœurs

Le tourisme est aussi mis en accusation parce qu'il perturberait les mœurs locales, bouleverserait les habitudes de pensée, les façons de se comporter, de s'alimenter et de se vêtir. Il encouragerait la consommation d'alcool et de cigarettes, le port des *jeans* chez les jeunes, qui veulent imiter les touristes. Il encouragerait et banaliserait la prostitution, à Setti Fatma ou à la source thermale de Tighdouine. Les touristes eux-mêmes ne sont pas systématiquement incriminés. Certains acteurs accusent la modernité : selon eux, l'évolution des comportements est liée à l'introduction de la télévision, à l'arrivée de l'électricité, de la route, à la présence d'étrangers, à la proximité des grandes villes, aux migrants qui reviennent au village

et diffusent des modes de vie urbains et occidentaux. Pour faire en sorte que le tourisme soit, le moins possible, un agent perturbateur, les acteurs du tourisme « alternatif » entendent sensibiliser les touristes à l'importance de porter une tenue vestimentaire et d'adopter un comportement adaptés aux mœurs locales.

Un patrimoine culturel qui subit des destructions liées au tourisme

Par ailleurs, ces acteurs pointent du doigt la responsabilité des touristes et des agences qui les encadrent dans la détérioration d'objets de patrimoine. Les membres de l'Association des Amis du Zat regrettent la destruction accélérée que connaissent les gravures rupestres du plateau du Yagour à cause du passage des touristes. Ils m'expliquent que, les sites n'étant pas protégés, certains visiteurs marchent sur les dalles et en emportent parfois avec eux. S'ils estiment que ces sites sont menacés aussi par les bergers, ils attribuent une grande part de responsabilité au tourisme dans leur dégradation. Ils entendent sensibiliser les touristes et les habitants à la protection et à la valorisation du patrimoine.

Des caricatures d'identités

Enfin et surtout, les critiques portent sur le fait que le tourisme tel qu'il existe en montagne véhicule une vision caricaturale des identités locales. Ainsi, dans la vallée des Aït Bouguemez, certains porteurs de projets s'opposent à l'expression « vallée heureuse », utilisée fréquemment par les agences de voyage. Selon eux, elle véhicule l'idée d'une vallée hors du temps, passant sous silence les dynamiques sociales passées et actuelles et les difficultés de la vie dans cette vallée pour ses habitants (qui seraient loin d'être tout le temps « heureux »). L'utilisation systématique de la berbérité est également pointée du doigt comme étant abusive. C'est ce dont se plaint Patrick Manac'h, responsable d'un écomusée (C1E4) :

> « Dans la vallée de l'Ourika, tout est « berbère » : les tapis, les tajines, les poteries, les bibelots, tout! Mais, en même temps, rien n'est fait pour montrer aux gens ce qui fait l'intérêt et la beauté particulière de la vallée. […] En plus, souvent, les vendeurs disent des mensonges. Tu vois, dans l'échoppe qui est dans le bas du village de Tafza [là où est installé l'écomusée], ils vendent de l'huile d'argan. Evidemment, ils disent qu'elle est « berbère », forcément. Ou bien ils disent qu'elle est locale en montrant qu'elle est fabriquée dans la vallée. Peut-être que les dernières étapes de la production sont effectivement faites sur place. Mais ce n'est pas pour autant un produit local. Les amendons viennent de la région d'Essaouira. Comment ça pourrait être autrement, ici ce n'est pas une région où pousse l'arganier! Beaucoup de touristes n'y voient que du feu, alors qu'on leur ment. Et puis, il y a tout ce discours sur la femme « berbère ». Je ne vois pas très bien en quoi cette huile est « berbère ». C'est juste pour attirer le client ».







Figures 42 et 43 (ci-dessus) : panneaux dans l'Ourika (avril 2011).

Figure 44 : les chameaux dans l'Ourika (octobre 2010).

De plus, la mise en scène de la berbérité comme identité touarègue, à travers la présence de chameaux (figure 43) et la vente de chèches indigo rappelant les « hommes bleus », est fortement critiquée. Khalid, le responsable d'un écomusée, se plaint des confusions que cela entraine : « ça sert à attirer les touristes qui rêvent de désert et de nomades, mais c'est faux ! Ici, on n'est pas des Touaregs! C'est du déguisement! Ce n'est pas la vraie culture berbère ni comme ça qu'on vit dans la vallée » (C3E2). Ici est dénoncé l'amalgame fait entre berbérité et nomadisme, berbérité et figure du Touareg, alors que tous les Berbères ne sont pas nomades ni touarègues, surtout en montagne.

En conséquence, la vallée est considérée comme mal connue des touristes. C'est ce qu'exprime l'un des panneaux introductifs à l'écomusée berbère. On peut y lire : « l'Atlas, comme tout le Maroc, est resté longtemps une région de mythes et d'aventures, difficilement pénétrable. Peu de populations reçoivent un élan de sympathie aussi fort que les Berbères. Malgré un tourisme en plein développement, les Berbères demeurent méconnus ». Pour combattre les amalgames et les simplifications véhiculés par le tourisme tel qu'actuellement développé, les acteurs touristiques « alternatifs » veulent montrer les identités berbères telles que vécues au quotidien, dans leurs nuances locales.

II. Des acteurs entre ancrage et branchement

Avant de présenter les projets touristiques dits « alternatifs » en eux-mêmes, il convient de présenter ceux qui les portent : ils ont un ancrage local, là où ils réalisent leurs projets, et sont en même temps « branchés », en lien avec des réseaux qui se déploient à diverses échelles.

1. Un foisonnement d'initiatives privées et associatives

Lors de mes premières visites sur le terrain, j'ai observé le foisonnement de projets touristiques qui adoptent un discours sur le « patrimoine » et les « identités ». Dans chaque espace d'étude, je me suis efforcée de choisir les projets qui me paraissaient les plus représentatifs de cette nouvelle offre, au plan des activités touristiques proposées, des objets et des types d'« identités » valorisés. Je les ai également choisis car ils me semblaient représentatifs des types d'acteurs à l'initiative de ces projets. Rapidement, j'ai donc pu identifier les types d'acteurs portant ces projets. Après la réalisation d'enquêtes plus approfondies, j'ai ensuite identifié des différences dans les types d'acteurs et dans les configurations d'acteurs, entre les espaces étudiés. Enfin, en analysant de manière plus précise les entretiens réalisés, j'ai pu retracer ce que j'appelle la « trajectoire type » de l'acteur du tourisme patrimonial, en me référant à « l'idéal-type » de Max Weber (1998 [1965]). Elle reflète le parcours de vie moyen de ces acteurs. Elle n'a pas pour finalité de transcrire la réalité : aucun acteur n'a connu exactement cette trajectoire sociale et spatiale. Mais une majorité est concernée par les étapes de ce parcours. Ecrire cette « trajectoire-type » me permet de faire ressortir certains traits de cette trajectoire, souvent communs, pour la rendre plus intelligible pour le lecteur, et de mettre en valeur, par différence, les spécificités des parcours personnels des acteurs, dont certains sont présentés dans des encarts. Au fil du texte, il est également question des parcours particuliers de groupes d'acteurs, notamment des militants amazighs.

Les projets touristiques que j'ai choisi d'étudier ont en commun d'être tous très récents : ils datent des années 2000 voire des toutes dernières années. Ils sont portés par des acteurs privés, mais, de plus en plus, par des acteurs associatifs. Ils sont souvent initiés par des acteurs externes, comme dans les offres sportives et d'excursion, mais de plus en plus par des acteurs locaux.

Des initiatives essentiellement privées

Des Marocains de la ville et des étrangers qui ouvrent des lieux de visite et de séjour privés
Dans les vallées les plus anciennement touristiques, l'Ourika et les Aït Bouguemez, j'ai observé la présence de projets réalisés par des Marocains installés en ville, ayant parfois des attaches familiales en montagne, et par des Français, installés dans les grandes villes ou, plus rarement, sur le site de leur projet. Certains ont ouvert des lieux de visite (écomusées, jardins), d'autres des lieux de séjour de luxe, qu'ils désignent comme des *ecolodges*.

Des guides marocains qui montent des gîtes
Des guides marocains, qui ont le plus souvent été formés à Tabant puis ont travaillé pendant quelques années pour des tours opérateurs, montent un gîte dans leur vallée d'origine, ou dans une vallée qu'ils ont fréquentée lorsqu'ils accompagnaient des touristes. Il peut s'agir de guides qui ont mis sur pied les premiers gîtes labellisés « GTAM » et qui entendent renouveler leur offre, ou de guides plus jeunes. Ils essaient d'attirer non plus des groupes de touristes emmenés par des TO, qui ne passent en général qu'une nuit dans leur gîte, mais des touristes individuels, venant en famille pour des séjours de plusieurs jours. Ils travaillent souvent avec des associations villageoises, auxquelles ils reversent une partie des bénéfices réalisés grâce à la venue des touristes. Ces bénéfices alimentent des fonds destinés à la réalisation de projets de développement. Pour financer des projets de plus grande envergure, les guides travaillent avec des associations qui agissent à l'échelle de la vallée. Ce profil d'acteur se retrouve dans les Aït Bouguemez et dans la région de Taliouine.

L'émergence d'initiatives associatives et coopératives

Ces dernières années émergent des initiatives associatives de plusieurs types.

Des associations qui se spécialisent dans le développement touristique
On trouve tout d'abord des associations spécialisées dans le tourisme, à l'image de Maroc Inédit, une association basée dans la région de Taliouine qui y gère un réseau de gîtes, tout en organisant des voyages sur mesure pour des touristes individuels, dans tout le Maroc.

Ensuite, on observe l'émergence d'associations de développement, qui agissent à l'échelle d'une vallée, pour lesquelles le tourisme constitue un moyen privilégié pour produire du développement. L'Association des Amis du Zat (AAZ) est

représentative de ce type d'associations. Certaines montent des coopératives, souvent féminines. Pour elles, le tourisme est un moyen de valoriser des savoir-faire artisanaux et agricoles et d'écouler les produits réalisés par les femmes. On trouve ce type d'associations, combinées à des coopératives, dans la région de Taliouine et dans la vallée des Aït Bouguemez.

On trouve également des associations, dont le rayon d'action est le village, qui s'emparent du tourisme. Certaines ont été créées spécialement pour travailler en partenariat avec des guides propriétaires de gîtes, comme c'est le cas dans la vallée des Aït Bouguemez. D'autres existaient avant la réalisation du projet touristique mais font du tourisme l'un des axes principaux de leur travail. C'est le cas de l'association Tawaya, dans les Aït Bouguemez. Il en existe également à Taliouine. Dans le *douar* de Tagmoute, l'association villageoise s'est emparée d'un projet touristique proposé par l'ONG Migrations et développement. En lien avec la dynamique créée par le tourisme, elle a créé une coopérative.

Des associations amazighes qui font du tourisme un nouveau moyen d'action

Enfin, des associations militantes *amazighes* entendent elles aussi développer le tourisme. Certaines sont des associations villageoises, d'autres des associations dont l'échelle d'action est la vallée. Je n'ai pu observer cette orientation d'associations *amazighes* vers le tourisme que dans la vallée du Zat, et elle était très récente. J'ai rencontré des membres d'associations *amazighes* dans certains des autres espaces étudiés, particulièrement dans la région de Taliouine[96], mais aussi dans la vallée de l'Ourika, ou dans les villes de piémont proches de ces espaces (comme Demnate). Cependant, ils manifestaient une certaine méfiance à l'égard du tourisme. Le cas du Zat me semble illustrer de nouvelles tendances du mouvement *amazigh*, en cela intéressantes, mais encore marginales.

Le profil des acteurs associatifs *amazighs* se différencie de celui des autres acteurs du tourisme patrimonial, sans néanmoins s'y opposer (j'y reviens plus loin). C'est pourquoi je présente deux profils d'acteurs : les acteurs d'un tourisme que je qualifie de « patrimonial », parce qu'ils s'efforcent de valoriser des objets et

---

[96] Dans la région de Taliouine, les militants amazighs sont constitués en associations locales mais, surtout, ils adhèrent de manière individuelle à des réseaux tels que Tamaynut et l'Azetta. Des réseaux régionaux existent (la Confédération des associations amazighes du sud, la Coordination Souss). Ils mobilisent des référents identitaires régionaux tels que celui du « Grand Souss » (de Marrakech à Tan Tan au sud et à l'*oued* Draa à l'est). Ces référents sont beaucoup plus larges que ceux mobilisés par les acteurs touristiques à Taliouine. L'activité touristique n'est pas la priorité de ces réseaux. Leur objectif, d'après mes enquêtes, est de sensibiliser les habitants au militantisme *amazigh* avant de sensibiliser les touristes.

pratiques qu'ils considèrent comme du « patrimoine », et les acteurs d'un tourisme « militant », parce qu'ils ajoutent à la dimension patrimoniale de leurs projets une dimension militante : ils entendent défendre, à travers la mise en tourisme du patrimoine, des identités « *amazighes* ». Ce groupe d'acteurs constitue, plus qu'un type d'acteurs à part entière, un sous-ensemble, minoritaire en nombre, du type « acteurs du tourisme patrimonial ».

Tous ces acteurs, privés et associatifs, ont en commun de travailler localement en réseau avec des associations locales. On peut aussi remarquer qu'ils sont presque exclusivement des hommes, surtout lorsqu'il s'agit de projets privés. Les femmes sont présentes dans les projets associatifs et coopératifs, dans la vallée des Aït Bouguemez et dans la région de Taliouine, mais en sont rarement à la tête. Elles participent à la création de nouvelles offres touristiques mais comme exécutantes, dans le « *background* », par exemple comme membres des coopératives, plutôt que comme conceptrices des projets.

2. Des partenariats avec des réseaux

Un autre point commun de ces acteurs est qu'ils sont « branchés » sur des réseaux militants de types variés, dont l'échelle d'action peut être régionale, nationale ou internationale.

Les réseaux militant pour un tourisme alternatif

Les réseaux internationaux du tourisme alternatif

Des guides propriétaires de gîtes constituent des partenariats avec les membres de réseaux associatifs de tourisme alternatif français. Ceux-ci rassemblent des associations et des voyagistes à l'échelle de régions françaises, comme c'est le cas pour le réseau Découverte et Partage (DéPart) en Rhône Alpes et le réseau Collectif Voyages Equitables et Solidaires Midi-Pyrénées (CVESMP). Ces réseaux régionaux sont associés à l'Association pour le Tourisme Equitable et solidaire (ATES). D'autres voyagistes préfèrent adhérer à l'association Agir pour un Tourisme Responsable (ATR), qui regroupe uniquement des acteurs privés. Les membres de ces réseaux adhèrent à leur charte et ont obtenu leur label.

Dans la vallée des Aït Bouguemez, de nombreux guides-gîteurs jouent la carte de ces réseaux. Ainsi, le gîte de Lahoucine Outezdot est intégré au réseau Accueil Paysan et a un partenariat avec Vision du Monde. Ces deux structures sont membres de DéPart et de l'ATES. Mohamed Achahri travaille avec Arvel, une association française de tourisme social membre de DéPart et co-fondatrice de

l'ATES. Quant à l'*ecolodge* Dar Itrane, il appartient au voyagiste Atalante, membre de l'ATR. Ce type de partenariat se retrouve également dans la vallée du Zat : l'Association des Amis du Zat accueille deux fois par an des voyageurs venus avec l'association Développer les Echanges et les Projets d'Action Rurale par le Tourisme Solidaire (DEPARTS), une association de la région Provence Alpes Côte d'Azur membre de l'ATES. Ces partenariats se développent aussi à Taliouine, sous la houlette de l'association Maroc Inédit, membre du collectif CVESMP.

Les réseaux nationaux du tourisme alternatif

Les guides-gîteurs s'insèrent également dans des réseaux marocains de tourisme alternatif. Certains sont des « filiales » de réseaux français. C'est le cas du réseau Accueil Paysan Maroc, qui rassemble des paysans proposant aux touristes des visites à la ferme, des tables d'hôte, du camping à la ferme ou des chambres d'hôte. En font partie, dans les Aït Bouguemez, le gîte de Lahoucine Outezdot, et dans les Aït Bououlli, celui de Hassan Baraouze, président du réseau marocain.

Un autre réseau, le Réseau Marocain d'Ecotourisme Solidaire (RMES), a été constitué à l'automne 2010 par une douzaine de gîteurs et d'associations de tout le Maroc. Hassan Baraouze en fait partie. L'objectif de ces acteurs est de s'affranchir des réseaux français de tourisme alternatif tels que l'ATES, jugés intéressants mais trop éloignés des préoccupations des acteurs marocains, pour permettre de réfléchir à des modèles de tourisme alternatif endogènes. Pourtant, loin de vouloir se couper des réseaux internationaux, le RMES cherche le dialogue avec ces derniers. Il a en effet participé à l'organisation du Forum International du Tourisme Solidaire (FITS), qui s'est tenu au Maroc, en 2012. Ce forum avait pour objectif de favoriser les échanges entre acteurs locaux impliqués dans le développement des territoires méditerranéens et de sensibiliser les acteurs publics et privés du développement territorial à l'intérêt de promouvoir un tourisme responsable et solidaire.

Les réseaux de migrants

Dans la région de Taliouine, le développement du tourisme en montagne s'est fait grâce à l'implication initiale de Migrations et développement (MD). Cette ONG constitue un réseau de migrants, qui travaillent pour le développement de leur région d'origine[97]. Elle a été créée en 1986 en France, dans les Hautes-Alpes, à

[97] Je m'appuie, pour tracer les grandes lignes de l'histoire de MD, sur un entretien réalisé avec Jamal Lahoussine, son fondateur (C16E8). Pour une histoire plus détaillée de la création et de

l'Argentière la Bessée, par des migrants originaires de la région de Taliouine, au moment de la fermeture de l'usine dans laquelle ils travaillaient. Ils décident de consacrer leur prime de licenciement à des projets de développement et de se constituer en association pour pouvoir rechercher des financements extérieurs pour ces projets. Dans un premier temps, l'association concentre ses efforts sur les équipements de base (électricité, eau potable, *etc.*). Ces actions sont conditionnées à la mise en place d'une association villageoise, qui gérera les nouvelles installations. A partir de la seconde moitié des années 1990, le champ de travail s'étend à la formation et à la réalisation d'actions génératrices de revenus. C'est dans ce cadre qu'un projet de développement touristique est envisagé. L'ONG contribue alors à la mise en place d'un réseau d'auberges, en coordonnant des financeurs européens et marocains, des migrants (qui ont financé une partie de la construction des auberges, dans leur village d'origine), et les associations villageoises chargées de gérer le projet par la suite. Si ces dernières ne sont pas à l'origine du projet, elles s'en sont parfois emparées, en se « branchant » sur un réseau de migrants qui a inauguré une nouvelle façon d'agir en réseau, entre les deux rives.

Les réseaux agro-écologiques

Certains acteurs du tourisme alternatif, moins nombreux, se « branchent » sur des réseaux militant en faveur de l'agro-écologie[98], notamment sur Terre et Humanisme Maroc (THM). Cette association, fondée en 2005 et basée à Casablanca, se donne pour objectif la valorisation et l'amélioration des savoir-faire paysans locaux. Pour y parvenir, elle forme des paysans à l'agro-écologie. L'association Tawaya a sollicité THM pour des formations en maraîchage et en apiculture. Elle veut pouvoir proposer aux touristes des repas biologiques.

THM travaille également à la création du Réseau pour les Initiatives Agro-écologiques au Maroc (RIAM), un réseau qui regrouperait des formateurs et des paysans. Pour abriter physiquement ce réseau, elle construit, depuis 2010, le Carrefour des Initiatives et des Pratiques Agroécologiques (CIPA), dans la région des

l'évolution de cette ONG, je renvoie aux ouvrages d'Yves Bourron (2011), de Zakya Daoud (1997) et de Thomas Lacroix (2005).

[98] L'agro-écologie peut être définie comme une pratique et une éthique visant l'amélioration de la condition de l'être humain et de son environnement naturel et l'instauration d'un rapport harmonieux de l'humain et de la nature, notamment à travers une agriculture respectueuse de l'environnement naturel et social, valorisant les ressources naturelles locales et les potentialités de chaque terroir, et permettant l'autonomie alimentaire et la création d'activités génératrices de revenus pérennes (selon le site Internet terre-humanisme.org).

Jbilet, proche de Marrakech. Le projet est de créer une ferme agro-écologique expérimentale et un centre de formation en agro-écologie pour des paysans marocains et étrangers, qui seraient accueillis chez l'habitant. Il y aurait donc un « pôle d'accueil », pour la venue de touristes étrangers intéressés par l'agro-écologie. Le prix payé par les touristes étrangers pour leur séjour permettrait de financer les formations des paysans marocains. Ce projet suscite l'intérêt des responsables de Maroc Inédit, membres de THM. Il alimente leur réflexion sur le rôle que peut jouer le tourisme dans le maintien de l'activité agricole, dans la valorisation et l'amélioration des savoirs paysans locaux, et sur le rôle des populations locales dans l'accueil des touristes.

Les réseaux du commerce équitable

Certains, comme Maroc Inédit, se tournent vers des réseaux du commerce équitable. Les responsables de cette association entendent promouvoir en parallèle un tourisme et des modes de production agricoles « alternatifs ». Dans la région de Taliouine, ils font visiter aux touristes des coopératives agricoles, pour leur faire connaitre des savoir-faire locaux et leur permettre d'acheter les produits du terroir dans une démarche solidaire. Mais ils considèrent que l'appui que peut apporter le tourisme à la vente des produits du terroir n'est que complémentaire. Il faut trouver d'autres circuits permettant de les écouler au Maroc et à l'étranger à un prix honnête, valorisant le produit et permettant de faire de l'activité agricole une activité rentable localement. Pour ce faire, ils mettent en contact des producteurs de Taliouine avec des réseaux associatifs de commerce équitable tels que Divers'Etik, une association basée à Marseille qui distribue ces produits dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Elle les « branche » également sur les réseaux agro-écologiques marocains, via le RIAM, pour que ses membres commercialisent leurs produits au Maroc.

Les réseaux militants *amazighs*

Les associations *amazighes* de la vallée du Zat s'inscrivent dans des réseaux militants, du local à l'international : l'association Yagour de développement, créée en 2000, fait partie de la Coordination Tensift qui réunit des associations *amazighes* de la région de Marrakech. Elle est aussi affiliée à la section Aït Ourir de Tamaynut, un réseau créé en 1978 (qui possède 32 sections régionales et des sections à l'étranger). Ce réseau est lui-même affilié au Congrès Mondial Amazigh (CMA) et à l'Association des Populations des Montagnes du Monde Maroc (APMM), des réseaux transnationaux : le CMA a été créé en 1995 en France, par des émigrés marocains et algériens. Il possède des sections dans les pays d'Afrique du nord où

existe une population amazighophone et dans les pays de la « diaspora *amazighe* ». Quant à l'APMM, ONG fondée en France en 2000 par des élus, associations et chercheurs européens, elle est structurée en sections sur tous les continents. Une section Afrique du Nord et une section Maroc ont été créés en 2006 par des militants du CMA, ainsi que des sections provinciales et locales. Ces réseaux portent les revendications du mouvement *amazigh*. Par un jeu d'emboitement, les associations *amazighes* des montagnes sont donc « branchées » sur ces réseaux militants transnationaux. Dans ces réseaux se développe toute une réflexion sur le tourisme comme moyen de développement économique, et, simultanément, comme outil pour valoriser les identités *amazighes* et faire avancer la cause *amazighe* au plan politique, j'y reviens plus loin.

3. Des configurations d'acteurs différentes

Quel tableau peut-on dès lors dresser des configurations d'acteurs « alternatifs », entre ancrage et branchement, dans chacun des terrains ?

Ourika-Zat

Dans la vallée de l'Ourika dominent des acteurs privés étrangers (par exemple, les responsables de l'Ecomusée de l'olivier et de l'Ecomusée berbère sont des Français) et des Marocains résidant dans les grandes villes (le directeur de la safranière réside ainsi à Casablanca). La présence d'acteurs exogènes s'inscrit dans la continuité : depuis la période coloniale, les propriétaires de structures touristiques ou de résidences secondaires sont des étrangers et des gens installés en ville. Des associations pionnières, telles que l'Association des Amis du Zat ou l'Association du Bassin De l'Ourika, émergent au milieu des années 1990. Elles voient dans un tourisme valorisant des spécificités locales un moyen de développement. Leur création se comprend à travers les liens forts qu'elles entretiennent avec des acteurs institutionnels (leurs présidents sont aussi les présidents des communes de Tighdouine et de l'Ourika, ils sont membres de partis politiques, sont ou voudraient devenir des parlementaires) et avec des universitaires. Certains étaient ou sont professeurs à l'université à Marrakech.

Autre singularité : la présence d'associations *amazighes* militantes, dont certaines, dans le Zat, veulent faire du tourisme un nouveau moyen d'action. L'association Yagour de développement agit à l'échelle de la vallée du Zat, tandis que l'association Tamazightinou, dans la même vallée, agit à l'échelle de quelques *douars*. Leur présence, aux dires des militants, est à mettre en lien avec les

difficultés socioéconomiques particulièrement fortes dans cette vallée, avec un sentiment profond de délaissement par la puissance publique.

Aït Bouguemez

Dans cette vallée, les guides devenus propriétaires de gîtes jouent un rôle central dans la constitution des nouvelles offres. Ils travaillent en partenariat avec des associations de développement villageoises locales, des associations de développement à l'échelle de la vallée et des membres de réseaux de tourisme durable internationaux et parfois nationaux. Ainsi, Mohamed Achahri est en lien avec l'association française Arbalou (une association fondée par une touriste, dédiée au développement de la vallée), avec l'association française Arvel (membre de l'ATES) *et avec l'association villageoise Ansous.*

Un autre type d'acteur apparait structurant. Il s'agit des associations de développement, créées par des fonctionnaires marocains (anciens cadres du CFAMM, professeurs, *etc.*), qui peuvent avoir des attaches familiales dans la vallée. Ils adoptent la vallée comme périmètre d'action et mettent sur pied des coopératives artisanales et agricoles. Ils travaillent en concertation avec les associations villageoises et avec des ONG étrangères. Ainsi, la coopérative féminine Tikniouine a été ouverte en 2007 avec l'aide de l'ONG Agronomes et Vétérinaires sans Frontières, et en lien avec des associations travaillant à l'échelle de la vallée et avec l'association villageoise Aït Ziri.

Quelques associations villageoises, telles Tawaya, choisissent de garder leur indépendance vis-à-vis des propriétaires de gîtes et des associations qui réalisent des actions à l'échelle de la vallée. Elles adoptent une stratégie endogène : des guides du village, formés à Tabant, ont monté une agence de voyage solidaire pour aider au développement du tourisme au *douar*.

Des *ecolodges* ont été ouverts récemment, comme Dar Itrane, une maison achetée par Bernard Fabry, fondateur de l'agence Atlas Sahara Trek, puis revendue à Atalante, voyagiste spécialisé cofondateur d'ATR. Ce type de structure participe à la réalisation de projets de développement dans le village, mais sans lien de partenariat officiel avec l'association villageoise.

Dans cette vallée, les acteurs du tourisme patrimonial cherchent donc à la fois le support d'acteurs externes, dans la lignée du développement d'un tourisme sportif avec le PHAC, porté par des TO étrangers, coopérants français et administrateurs venus de Rabat, et le renforcement des acteurs ancrés localement.

Taliouine

Dans cette région, deux types de configurations d'acteurs sont identifiables. A Taliouine même, on observe la présence, depuis les années 1980-1990, de guides propriétaires d'auberges, et, plus récemment, de maisons d'hôtes. Ils travaillent avec des voyagistes spécialisés et des touristes individuels *via* leurs réseaux personnels, tissés en partie grâce à leurs épouses, toutes étrangères.

Au milieu des années 2000, un réseau d'auberges a été constitué en montagne. Le projet a été initialement coordonné par Migrations et développement (MD) et financé par l'Union Européenne, l'Agence Française de Développement, l'Agence de Développement Social marocaine et par des migrants originaires des villages. Vingt auberges ont été construites dans trois régions (Taliouine, Tiznit et Ouarzazate) et un site Internet a été créé pour commercialiser trois circuits, autour d'une thématique « produit du terroir » (le « pays du safran », le « pays de l'argan » et le « pays de la rose »). Dans chaque village, le projet a été conditionné à l'acceptation de l'auberge par l'association villageoise. Par exemple, dans le *douar* de Tagmoute, l'auberge est gérée par la famille du migrant financeur, qui est membre de l'association villageoise. Pour chaque projet, elle doit obtenir l'aval de l'association Tagmoute pour le développement et l'entraide, et reverse une partie des recettes touristiques à l'association (20 Dirhams par nuitée). Avec cet argent, celle-ci réalise des équipements collectifs et a créé la Coopérative agricole féminine des plantes aromatiques et médicinales Tifawt. MD n'ayant pas de savoir-faire en matière de tourisme s'appuie sur le savoir-faire de Maroc Inédit pour gèrer les réservations et accompagner les aubergistes. Le réseau se situe donc à la croisée entre réseaux villageois d'associations et de coopératives, réseaux internationaux et nationaux de migrants et du tourisme alternatif.

4. Des trajectoires d'acteurs complexes

Les configurations d'acteurs sont différentes d'un espace à un autre. Mais, au-delà des effets de lieux, liés à des contextes singuliers, le profil et le parcours des différents acteurs du tourisme « alternatif » ont des similitudes : à bien des égards, leurs trajectoires d'ancrage et de branchement se ressemblent. Pour retracer des trajectoires collectives, j'ai décrypté et confronté les récits identitaires personnels que j'avais collectés durant les entretiens.

Des éléments du profil et du parcours similaires

Les militants *amazighs* ne viennent pas d'un monde radicalement différent de celui des autres porteurs de projets, et ils n'agissent pas dans des mondes séparés, contrairement à ce que l'on pourrait penser en écoutant les propos tenus par les acteurs eux-mêmes, visant à se distancier les uns des autres. Leurs profils et leurs parcours rappellent ceux des acteurs « intermédiaires », « passeurs », « *go-between* », « médiateurs », dont parle Jean-Pierre Olivier De Sardan (1995, p. 159)[99]. Présenter une « trajectoire-type » me permet de relativiser la différence des militants par rapport aux autres responsables.

D'après mes enquêtes, le profil le plus répandu du responsable de projets de tourisme patrimonial correspond à celui d'un homme, le plus souvent originaire de la montagne, de la région, voire du *douar*, dans lequel il réalise ses projets. Il appartient à une famille de notables et est inséré dans des réseaux locaux au sein desquels il est en position dominante, ce qui lui assure une légitimité interne et un ancrage local.

Il dispose également d'un « capital culturel »[100] certain, lié à son parcours scolaire et professionnel. Il a un niveau d'éducation secondaire et souvent universitaire. Il travaille parfois en collaboration avec des chercheurs. La plupart ne vivent pas que du tourisme. Ils peuvent être cadres ou fonctionnaires, professeurs ou paysans. Son niveau d'éducation et ses compétences professionnelles lui permettent de jouer un rôle de « médiateur entre savoirs » technico-scientifiques et populaires (Olivier de Sardan 1995, p. 155). Il dispose de compétences linguistiques multiples puisqu'il maitrise souvent un dialecte berbère, des langues étrangères et le langage des bailleurs de fonds et des organisations internationales. Il dispose de « compétences rhétoriques » (p. 161), dans le sens où il sait mobiliser des discours identitaires variés et complexes. Il met à profit ces compétences dans le cadre de son ou ses engagements dans le monde associatif. Il est bénévole dans ces associations, même si on observe quelques cas de professionnalisation.

---

[99] Ces termes me paraissent plus adéquats que celui de « courtier en développement » qu'utilisent Thomas Bierschenk, Jean-Pierre Chauveau et Jean-Pierre Olivier De Sardan (2000), qui désigne les entrepreneurs économiques qui servent d'intermédiaires pour drainer vers l'arène locale les ressources extérieures que constitue l'aide au développement. Ici, il s'agit d'entrepreneurs culturels, agissant dans un objectif économique mais aussi identitaire.

[100] J'emploie cette expression dans le sens que lui donne Bourdieu (1979), c'est-à-dire pour désigner l'ensemble des ressources culturelles dont dispose un individu (capacités de langage, maîtrise d'outils, *etc.*), le plus souvent attestées par des diplômes.

Il a, de plus, su se construire un « capital social »[101], dans le sens où il peut mobiliser non seulement des réseaux sociaux locaux mais aussi régionaux, nationaux et internationaux, qu'il s'est constitué au long d'un parcours de mobilité, en ville et parfois à l'étranger, durant lequel il a fait des études, a travaillé et a parfois fondé une famille. Les porteurs de projets racontent l'importance de ces séjours dans leur engagement associatif. Bien souvent, le premier engagement a lieu durant la mobilité. Il leur donne l'envie et les compétences pour fonder ou adhérer à une association dans le monde rural. Par la suite, ils mobilisent les réseaux qu'ils se sont constitués ailleurs. Nombreux sont ceux qui circulent en continu entre ville et campagne, voire entre Maroc et Europe, et qui mobilisent les réseaux de militants avec lesquels ils gardent contact lors de ces déplacements. Ils se constituent un « capital spatial »[102], dans la mesure où ils tirent avantage de la maîtrise qu'ils ont des réseaux et où ils les mettent à profit pour soutenir leurs projets.

Le passage en ville ou à l'étranger est présenté par les acteurs comme un moment clé de la prise de conscience de la spécificité de la culture montagnarde et de la volonté de revaloriser cette différence, parfois méprisée. Un membre de l'Association Yagour de développement exprime cela en ces termes: « c'est en ville que tu te rends compte qu'on te considère comme un bledard et que tu as envie de montrer que ta culture vaut le coup et mérite d'être respectée » (C7E16). Les porteurs de projets de tourisme « patrimonial » font le même type de récits. Ils racontent aussi que c'est dans la mobilité qu'ils ont découvert d'autres manières de faire du tourisme et d'autres manières de dire son identité. La mobilité nourrit donc un regard nouveau sur les montagnes et permet au porteur de projets d'apprendre à maitriser et à mobiliser des référents identitaires variés.

Un dernier point commun entre les porteurs de projets touristiques « alternatifs » est qu'ils se reconnaissent dans une identité multi scalaire. Pour dire leur identité personnelle, ils parlent avant tout de leur attachement à un territoire local et à des lieux. Ils évoquent également des territoires définis à des échelles plus vastes, du

---

[101] Là encore, je me réfère à la définition que donne Bourdieu (1980) de ce terme. Il désigne l'ensemble des relations personnelles plus ou moins institutionnalisées dont un individu a en partie hérité, qu'il s'est constitué et entretient à travers des échanges matériels et symboliques, et qu'il peut mobiliser dans son intérêt.

[102] Jacques Lévy (2003, pp. 124-126) désigne par « capital spatial » l'ensemble des ressources accumulées par un acteur, lui permettant de tirer avantage, en fonction de sa stratégie, de la dimension spatiale de la société. Il comprend un patrimoine transmis de lieux, territoires et réseaux appropriés, et des compétences acquises pour gérer ces lieux, territoires et réseaux et en acquérir d'autres.

régional (un massif) au supranational (le monde méditerranéen ou encore Tamazgha, soit l'espace culturel des Amazighs en Afrique du Nord) en passant par le national (le territoire marocain). Les plus mobiles revendiquent une identité multi-territoriale. Les liens affectifs qu'ils ont tissés avec différents endroits, éloignés, sont à comprendre dans le cadre de relations familiales mais aussi des projets touristiques eux-mêmes. C'est ce qu'exprime Annie Lauvaux, de Maroc Inédit (C14E2) :

> « Je passe le plus clair de mon temps au Maroc. On habite à Taroudant, avec Mahjoub [co-responsable de Maroc Inédit]. On est aussi beaucoup sur Taliouine, on gère quelques projets. Et puis on vadrouille, avec les touristes qu'on accueille et pour faire des repérages. […] Je vais quelques semaines par an en France pour voir mes enfants. Ça me permet de garder le contact avec les réseaux de tourisme en France. […] Mes attaches affectives sont des deux côtés [de la Méditerranée], et mes attaches professionnelles, mes engagements associatifs aussi ».

Les acteurs du tourisme « alternatif », aux identités à la fois ancrées et branchées, semblent ainsi correspondre au profil du « militant transnational cosmopolite enraciné », évoqué par Sidney Tarrow (2007).

Des éléments du parcours qui diffèrent

Les profils et parcours des acteurs du tourisme patrimonial et militant diffèrent malgré tout. Premièrement, ils n'ont pas les mêmes parcours politiques. L'engagement politique est rare chez les porteurs de projets patrimoniaux. Quelques-uns, dans l'Ourika et le Zat, sont présidents de commune et adhèrent à des partis politiques de gouvernement. Ils voient leur engagement associatif comme complémentaire de leur action à la commune. *A contrario*, les militants amazighs ont choisi de se détourner des partis politiques, qu'ils jugent incapables de faire avancer la cause amazighe. Ils n'en adoptent pas moins un langage fortement politisé, des objectifs politiques, et mettent en œuvre des stratégies politiques en s'appuyant sur des acteurs internationaux: ils s'appuient sur les Nations Unies pour faire pression sur le gouvernement marocain, afin qu'il accède à leurs requêtes. Deuxièmement, les porteurs de projets ne s'identifient pas aux mêmes territoires. Les militants s'identifient à *Tamazgha*, espace culturel des berbérophones, qui s'étend de l'oasis de Siwa en Egypte aux îles Canaries. Cet espace ne fait pas sens pour les acteurs du tourisme patrimonial, qui se réfèrent à des territoires définis à des échelles plus réduites (un massif, une vallée) ou plus vastes encore (la Méditerranée).

Tous les parcours personnels des acteurs diffèrent de la « trajectoire-type », en ce qui concerne une ou plusieurs étapes de leur parcours, une ou plusieurs facettes de leur identité personnelle. Mais, dans les cas que j'étudie, tous les acteurs me semblent être des « médiateurs » entre sociétés locales et réseaux extérieurs parce qu'ils savent s'associer à d'autres acteurs, aux profils complémentaires au leur, pour monter leurs projets. Je présente ci-dessous les biographies d'acteurs particulièrement complémentaires.

Biographies croisées de Patrick Manach, Hamid Mergani et Khalid Ben Youssef.

L'Ecomusée berbère de l'Ourika a été fondé par Patrick Manach et Hamid Mergani. Le premier, âgé de 57 ans, est originaire de l'île d'Ouessant, en Bretagne. Il suit le montage de l'Ecomusée d'Ouessant (le premier en France), fait ses études à Sciences Po Paris, puis travaille dans l'achat et la vente d'objets d'art. Il passe du temps au Népal, où il monte un internat pour enfants. Connaisseur du Maroc, il collectionne des objets et des photographies qui concernent le Maroc et ses régions berbères en particulier.

Il constitue ces collections avec Hamid Mergani, un Marocain de langue et de culture arabes, originaire d'Essaouira, plus jeune d'une quinzaine d'années. Suite à leur rencontre, il y a une vingtaine d'années, Hamid avait participé aux projets de Patrick au Népal, suivi des cours de photographie à Paris et était devenu collectionneur. Ils achètent une *kasbah* dans l'Ourika, et y installent l'écomusée.

Parallèlement, ils créent la Maison de la photographie à Marrakech, qui ouvre en 2009. Dans les deux projets, Patrick assure le volet communication et réseautage, car il est en lien avec des personnalités de la communauté française, des universitaires et des personnes qui travaillent dans le tourisme. Il développe et entretient ces réseaux, qui soutiennent les projets. Hamid s'occupe des aspects techniques (tirage des photographies, restauration de la kasbah) et de la muséographie.

Après quelques tâtonnements, ils rencontrent Khalid Ben Youssef, qui devient le responsable local de l'écomusée, puisque Patrick et Hamid habitent à Marrakech et travaillent la majeure partie du temps à la Maison de la photographie. Khalid a une trentaine d'années. Originaire du village, il est né dans une famille de potiers respectés. Il a fait une formation de potier. Il apprend tout seul le Français, grâce à Internet. Il gère l'écomusée au quotidien et assure les visites. Il fait le lien avec les habitants du village et tente de les impliquer dans la vie de l'écomusée.

Biographies croisées de Mahjoub Bajja et d'Annie Lauvaux.

Mahjoub Bajja est né à Dozrou, un village proche de Taliouine, en 1967. Il fait une licence en littérature arabe à Agadir. Après ses études, il revient à Taliouine, où il travaille dans une auberge comme gérant. Entre 1999 et 2005, il travaille pour Migrations et Développement, comme agent de développement. Il participe au montage du réseau d'auberges en montagne et à différentes missions dans les domaines d'intervention de MD. Quelques années plus tard, il devient guide, grâce à une procédure de validation des acquis. Puis il se forme en agro-écologie avec Terre et Humanisme Maroc.

Annie Lauvaux, une Toulousaine née au milieu des années 1960, grandit dans une famille de militants de gauche. Elle fait un DEUG de sociologie et travaille à Bruxelles dans diverses associations (Service Civil International, un mouvement antimilitariste et non-violent, et l'association Les Amis de la Terre). Elle obtient une licence en économie, au Canada. Elle a deux enfants. En 2000, elle voyage au Mali avec l'association Croq'Nature. Elle entre au conseil d'administration de l'association Amitié franco-touareg, qui gère les fonds de Croq'Nature consacrés au développement. Active au sein du mouvement Eclaireuses et Eclaireurs de France, elle organise des chantiers internationaux, en Côte d'Ivoire et au Maroc.

En 2009, Mahjoub et Annie montent l'association Maroc Inédit. Annie conçoit les voyages sur mesure, assure la promotion, et réalise avec Mahjoub la conception et l'organisation des circuits. Mahjoub assure la logistique et l'accompagnement. Ils travaillent en priorité sur la région de Taliouine et utilisent le réseau d'auberges réalisées par l'intermédiaire de MD (l'ONG leur ayant délégué le volet tourisme de son action). Ils s'efforcent également de participer à la promotion et à l'amélioration des offres de tourisme « alternatif » au Maroc : ils sont à l'origine du réseau RMES et ont participé activement à l'organisation du FITS. Ils mènent aussi des actions à l'échelle locale: formations sur les savoir-faire textiles (broderie et tissage), projet de formation à l'agroécologie pour les paysans de plusieurs villages, mise en place d'un échange entre une vallée des Cévennes, en France, et une vallée du massif du Siroua sur la transmission des savoir-faire autour des plantes aromatiques et médicinales.

Finalement, plus que des catégories d'acteurs bien délimitées, on a à faire à des acteurs qui ont plus ou moins de pouvoir selon leur statut social, leur niveau économique, leur niveau d'éducation, leur type et leur niveau d'implication politique, leur parcours de mobilité et les réseaux qu'ils peuvent mobiliser. Il y aurait un gradient de pouvoir en fonction de ces différents critères. On le verra, ce pouvoir leur donne plus ou moins de poids dans le processus par lequel ils négocient les identités qu'ils mettent en tourisme.

Les récits font apparaître la complexité des parcours et des identités personnels des acteurs. J'ai montré qu'il existe des tendances collectives qui font que l'on peut malgré tout dessiner les contours de groupes d'acteurs, patrimoniaux et militants. Mais ces contours restent flous. L'action commune, la mise en œuvre de stratégies communes constitue l'une des manières les plus déterminantes de faire groupe, comme on va le voir maintenant.

III. Une double stratégie d'ancrage et de branchement

Les projets des acteurs dont j'ai dressé le portrait ont en commun de mettre en œuvre une stratégie d'ancrage à des territoires, alimentée par une stratégie de branchement.

1. Le tourisme patrimonial comme stratégie d'ancrage

Les porteurs des projets touristiques dits « alternatifs » mettent en œuvre des stratégies d'ancrage à des territoires. Ils entendent développer de nouvelles offres susceptibles de mieux valoriser les spécificités de ces territoires et de relocaliser l'activité touristique afin d'accroitre les retombées bénéfiques de cette activité pour les territoires.

Favoriser la découverte de territoires et la rencontre de leurs habitants

Les acteurs du tourisme « alternatif » cherchent à diversifier l'offre touristique en montagne en proposant aux touristes de découvrir en profondeur des lieux, leurs habitants et leur vie quotidienne. Pour cela, ils entendent valoriser la qualité et la spécificité des produits et des savoir-faire locaux. Ils proposent des hébergements dans des maisons rénovées suivant les règles de l'architecture traditionnelle locale. Ils sont de plus en plus nombreux à proposer une cuisine réalisée à partir de produits locaux biologiques. Ils encouragent un tourisme de séjour, plus propice à la découverte et à la rencontre. Dans les faits, ils parviennent à retenir les touristes plusieurs jours : la durée moyenne du séjour dans les lieux d'accueil étudiés est de trois jours, ce qui est davantage que dans les séjours sportifs et d'excursions (durant lesquels il est rare que les touristes restent plus d'une nuit et passent plus d'une journée au même endroit). Ils entendent faire découvrir les territoires à travers leurs habitants, ce que ne permet pas selon eux le voyage classique, dans lequel il s'agit de tout voir en un temps limité. Pour favoriser la rencontre, ils prônent la lenteur et la circulation à pied ou, parfois, à vélo, avec de longs temps

d'arrêts, et des circuits en étoile, à partir d'un point fixe, dans lequel séjournent les touristes et qu'ils apprennent particulièrement à connaitre. Leur logique est donc une logique d'ancrage territorial.

Ces offres, plus diversifiées, visent des publics variés, mais prioritairement les petits groupes. Nombreuses sont les offres spécialement conçues pour les familles. Dans de nombreux gîtes de la vallée des Aït Bouguemez, on réaménage les dortoirs, construits dans les années 1980-1990, en quelques grandes chambres individuelles, équipées de sanitaires. Certains aménagent des appartements pouvant accueillir plusieurs personnes, qu'ils destinent à la location à la semaine. Les retraités sont également visés, de même que les jeunes : à Tagmoute sont organisés des chantiers de jeunes. Ceux-ci logent dans l'auberge ou chez les habitants, et participent à l'édification d'équipements collectifs : en 2007 et en 2009, de jeunes scoutes françaises ont participé à la construction de l'école. Dans certains lieux de visite, tels que le Jardin bioaromatique de l'Ourika, des classes vertes sont organisées pour les écoliers de la région. Les porteurs de ces projets visent de plus à attirer les touristes marocains. Ils créent des formules qui leur sont dédiées, qui consistent en des séjours de quelques jours voire d'un week-end, à des tarifs moins élevés que ceux appliqués aux touristes étrangers.

Dans les faits, les touristes attirés par ces offres sont des étrangers, comme l'indiquent les enquêtes réalisées auprès des responsables des projets et la consultation des registres disponibles dans les lieux de séjour destinés aux autorités touristiques. Les Français viennent en tête, largement devant les autres touristes européens. Les Anglais et Américains sont majoritaires uniquement dans les structures de haut standing de type *ecolodge*. Les touristes marocains sont minoritaires : ils représentent autour de 10% de la clientèle, entre 15 et 20% en été. Ce sont des citadins, le plus souvent des cadres et des enseignants. Beaucoup viennent en famille et quelques-uns avec des clubs de randonnée. Les responsables des projets étudiés disent accueillir de plus en plus de touristes individuels, qui voyagent en famille ou entre amis. Mais, dans de nombreux cas, les structures tournent grâce à la venue de grands groupes, encadrés par des TO (comme le Club Méditerranée, Cobratours ou Terre d'aventure). Les projets qui rencontrent le plus de succès misent sur des partenariats avec des derniers. C'est le cas du Jardin bioaromatique de l'Ourika, qui reçoit 600 touristes par mois en moyenne et 400 par jour au printemps, d'après ses responsables. Les structures qui ne travaillent pas avec les TO, qu'il s'agisse de lieux de séjour ou de lieux de visite ponctuelle, ne peuvent compter que sur 150 à 200 clients par mois, en moyenne.

La valorisation de pratiques et objets « patrimoniaux »

Des ressources « spécifiques »

Pour les acteurs du tourisme « alternatif », favoriser la découverte des lieux et de leurs habitants implique de valoriser des objets et des pratiques qu'ils pensent et présentent, à travers l'activité touristique, comme des « patrimoines », et de proposer des activités autour de ceux-ci, telles que la visite de musées ou de coopératives, la réalisation de circuits, journées ou ateliers thématiques (autour, par exemple, des savoir-faire gastronomiques locaux). On assiste ainsi à l'émergence d'un « tourisme patrimonial », comme sont parfois appelées ces nouvelles offres par leurs auteurs. Ce faisant, pour reprendre les termes employés en économie territoriale, les acteurs ne mobilisent plus des ressources « génériques », comme c'était le cas dans les années 1980-1990 avec les offres de tourisme de randonnée, qui valorisaient la montagne à travers ses paysages naturels les plus spectaculaires, faisant écho à un imaginaire occidental classique de la montagne. Ici, ils fabriquent des ressources « spécifiques », au sens où elles sont localisées, liées à la singularité d'un territoire. Pour le moment, les spécificités les plus valorisées par les acteurs sont les savoir-faire paysans et artisanaux locaux. Ils cherchent néanmoins à présenter des types de patrimoine plus divers. En la matière, il existe des différences entre les espaces étudiés. Voyons lesquelles.

Dans les Aït Bouguemez, la mise en tourisme de patrimoines variés

Dans cette vallée, les types de pratiques et d'objets mis en tourisme apparaissent relativement divers. Chronologiquement, la vallée a d'abord été connue pour son patrimoine architectural. Mais ce n'est que récemment que les acteurs touristiques se sont efforcés de le restaurer. Pour l'instant, seules les *kasbah*[103] ont fait l'objet de soins particuliers. Elles sont aménagées en hébergements touristiques, comme c'est le cas de la Kasbah du M'Goun à Aguerd N'Ouzrou. Les *agadir*[104] commencent eux aussi à faire l'objet d'une attention, en lien avec l'activité touristique.

Depuis peu, les savoir-faire artisanaux et paysans figurent parmi les attractions de la vallée. Des coopératives artisanales de sculpture sur bois et de tissage, et des coopératives agricoles se visitent. Les femmes y vendent de l'huile de noix, du miel,

[103] Par *kasbah* (en arabe), *ighrem* ou *tighremt* en berbère, on désigne un ensemble architectural de plusieurs étages construit en briques de pisé, qui fait figure de petite forteresse familiale.

[104] Par *agadir*, ou grenier collectif, on désigne un bâtiment à vocation communautaire dans lequel chaque famille possèdait une case et y conservait récoltes et biens précieux. Il avait une fonction défensive en cas d'attaque. Certains avaient une fonction religieuse : habités à une époque par un personnage considéré comme un saint, ils constituaient un endroit dédié à ce saint.

de la compote de pomme, de la confiture de tomate, une marmelade noix-miel, du couscous d'orge aux plantes aromatiques et du fromage à raclette. Elles sont, en grande majorité, tenues par des femmes. L'idée est de mettre en lumière les savoirs faire féminins traditionnels locaux et la capacité des femmes à innover, en proposant de nouveaux produits (tel le fromage à raclette), réalisés à partir de produits de base récoltés dans la vallée. Plus généralement, il s'agit de faire connaitre des savoir-faire représentatifs de savoir-vivre communautaires. Il existe d'ailleurs un projet visant à faire classer la vallée à l'Unesco, au titre de « paysage culturel ».

Les propriétaires de gîtes et les guides entendent faire connaitre à leurs hôtes, en plus, d'autres types de patrimoine : patrimoine juif (cimetières juifs, maisons ayant appartenues à des Juifs), patrimoine linguistique (le village d'Agouti fait figure de frontière entre deux dialectes berbères, le *tamazight* et le *tachelhit*), patrimoine géologique (traces de dinosaures à Ibaqliouine et à Aguerd N'Ouzrou) ou encore patrimoine faunistique et floristique. Ils mettent en avant une vaste palette de pratiques et d'objets patrimoniaux, à travers des activités diverses, comme le montrent les exemples ci-dessous. A Rbat, l'association Tawaya accueille les visiteurs chez l'habitant. Abdellah El Asely, membre de l'association, guide responsable de l'agence Atlas Outdoor, présente les séjours qu'il propose avec l'association en ces termes (C7E10) :

> « On essaie d'immerger les touristes dans la vie quotidienne. On leur propose de participer aux travaux agricoles. Le projet en cours est d'installer un centre de formation aux techniques de l'artisanat dans un *tighremt*, pour que les filles soient mieux formées. Il y aurait une coopérative pour vendre des produits agricoles (du miel, de l'huile de noix et d'amande, des herbes aromatiques, des savons réalisés avec de la cendre). On vendrait aussi des tapis en laine locale. On a l'idée de proposer aux visiteurs des ateliers de tissage. Et il y aurait un musée pour exposer des objets anciens. On pense exposer *azri*, c'est un moulin à main pour moudre le blé, ou *asroun*, ça c'est une corde qu'on fait avec les cheveux des chèvres. Ce sont des objets typiques du fond de la vallée. On trouve ça important de montrer les façons de faire traditionnelles. Toutes ces choses, on les montre parfois aux touristes, mais là ça permettrait de mieux montrer ce qu'on a au village, et d'attirer plus de touristes ».

Mohamed Achahri, guide et propriétaire du gîte Tigmi n'Ou Ayour, à Iskatafen, propose des randonnées en étoile. Durant ces journées, il décrypte pour ses hôtes les systèmes de culture et d'irrigation. Il les emmène voir des moulins à eau. Pour leur faire connaitre les produits agricoles de la vallée, il leur fait visiter la coopérative Tikniouine, dans laquelle ils peuvent acheter des produits. Il leur montre le grenier de Sidi Moussa, des maisons juives remarquables par leurs plafonds peints et des traces de dinosaure. Les visiteurs peuvent participer aux travaux des champs et à des ateliers de cuisine.



Figure 45 : extraits du site Internet du gîte Tigmi n'Ou Ayour (source: gite-bouguemez.com).

A Taliouine, la mise en tourisme de savoir-faire paysans autour du safran

Dans la région de Taliouine, on retrouve chez les acteurs touristiques la volonté de valoriser différents types de pratiques et d'objets patrimoniaux, même si, jusqu'ici, leurs efforts se sont concentrés sur le safran, production agricole emblématique de la région. Un produit touristique a été créé par Migrations et Développement : le « pays du safran ». L'iconographie éditée depuis lors travaille l'image de la région autour d'une plante, le crocus, et d'une couleur, le mauve. Les membres de l'Association Taliouine pour le Développement Touristique, créée pour regrouper les acteurs touristiques de la région, entendent mieux valoriser le safran, en encourageant la création de produits dérivés (savon ou thé au safran) et de circuits spéciaux au moment de la cueillette. Ils veulent aussi faire connaitre d'autres

produits du terroir (plantes aromatiques, amandes, olivier, argan), d'autres savoir-faire artisanaux (poterie, tissage, cuir), le patrimoine géologique de la région, le patrimoine architectural des *kasbah* (notamment celles qui appartenaient à la famille du Glaoui, un seigneur qui servit de relais au colonisateur français) et des *agadir* (plus anciens). Ainsi, une partie de la *kasbah* du Glaoui de Taliouine a été transformée en chambres d'hôtes. Ils veulent aussi revaloriser le patrimoine juif. En effet, dans certains villages, on trouve un cimetière, une synagogue et des habitations qui appartiennent à des Juifs, partis le plus souvent dans les années 1960 en Israël ou en France. Ils sont parfois restaurés par des Juifs de retour dans leur village d'origine pendant leurs vacances.

Le projet touristique réalisé dans le village de Tagmoute est emblématique de cette volonté de valoriser le safran et, de manière complémentaire, d'autres types de patrimoine. Les touristes accueillis au village peuvent loger chez l'habitant ou à l'auberge construite par un migrant dans le cadre du projet de MD. Ils sont accompagnés par la famille du migrant et par des membres de l'association villageoise, qui leur font visiter le village, leur montrent les champs de safran, la coopérative féminine, et le patrimoine architectural du village (*kasbah* et *agadir* en ruine, maisons en pisé). Ils peuvent aussi leur faire visiter les alentours du village, les hauts plateaux, et organiser une randonnée jusqu'au sommet du Siroua.

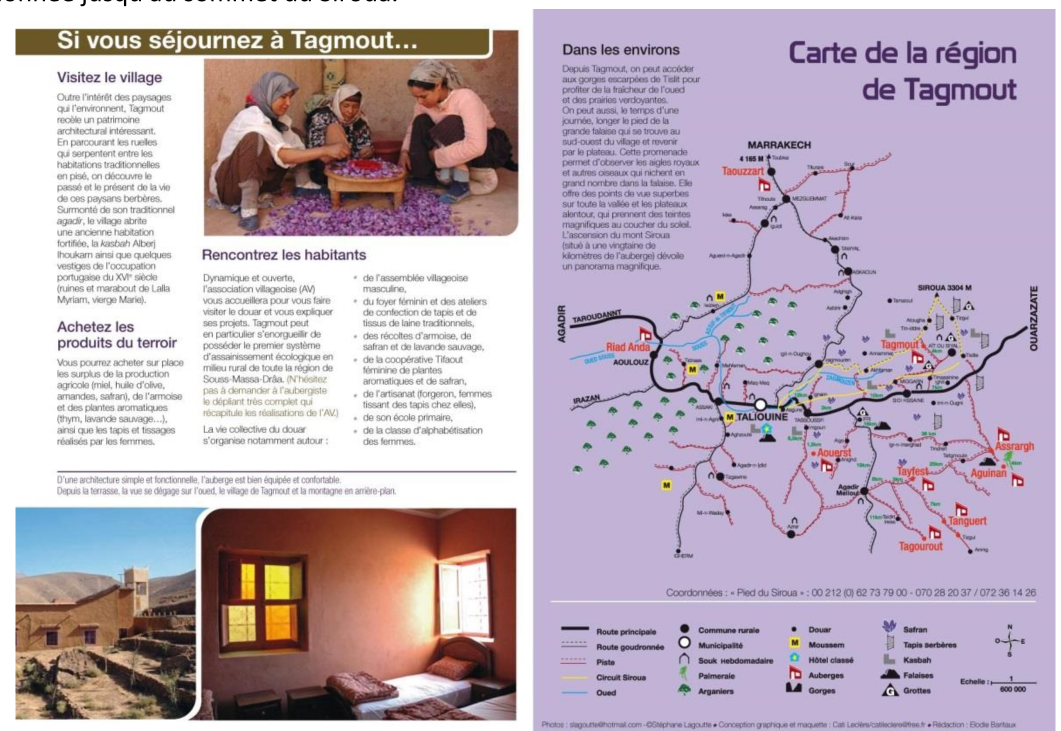


Figure 46 : brochure de l'auberge « Pied du Siroua » à Tagmoute.

Ourika et Zat : la mise en tourisme de savoir-faire paysans et artisanaux

Dans ces deux vallées, les acteurs touristiques valorisent essentiellement des savoir-faire paysans et artisanaux locaux. Dans le bas de la vallée de l'Ourika, plusieurs lieux de visite permettent aux touristes de découvrir les plantes cultivées dans la région, traditionnellement (olivier, plantes aromatiques) ou depuis peu (safran).

Le Jardin bioaromatique de l'Ourika :

Situé à Tnine l'Ourika, est un lieu de visite ouvert en 1999 par deux frères, l'un pharmacien et l'autre professeur de biologie à l'université de Marrakech. Des plantes aromatiques y sont cultivées et y sont transformées en produits cosmétiques ou culinaires. Ils sont vendus dans le jardin, dans un espace prévu à cet effet, et, *via* l'entreprise Nectarome, à des hôtels haut de gamme, partout dans le monde. Les touristes peuvent visiter le jardin, les ateliers de fabrication des produits et un musée des épices.

Des visites thématiques, axées sur les cinq sens, sont également proposées. L'un des responsables les décrit de la sorte: « on leur fait sentir des huiles essentielles, et ils doivent aller deviner dans le jardin de quelle plante il s'agit. On leur fait aussi une visite les yeux bandés puis les yeux ouverts. Les gens s'étonnent de découvrir qu'ils ne savent pas sentir » (C5E13). Des ateliers peuvent être organisés, sur quelques heures ou sur une journée, pour apprendre à préparer du pain ou à élaborer des produits de bien-être. Les visiteurs ont enfin accès à des activités de détente (bains et massages de pieds).



Figure 47 : le jardin bioaromatique de l'Ourika (mai 2010).

Un autre lieu de visite, l'Ecomusée berbère de l'Ourika, valorise les savoir-faire artisanaux en matière de poterie, tout en présentant des objets relatifs à la vie quotidienne dans la vallée. Dans la vallée du Zat, l'association la plus active, l'Association des Amis du Zat (AAZ) cherche elle aussi à faire connaitre les savoir-faire paysans du quotidien, mais selon des modalités différentes. Ces deux derniers projets ont aussi pour ambition de montrer aux voyageurs d'autres types de patrimoine, comme le patrimoine des gravures rupestres (on trouve, sur le plateau du Yagour, un site de gravures rupestres, reconnu depuis les années 1950, suite à l'inventaire qui en avait été fait par le spécialiste Jean Malhomme, comme l'un des sites les plus riches en art rupestre du Haut Atlas) ou le patrimoine juif.

L'Ecomusée berbère de l'Ourika :

Il a ouvert en 2009 à Tafza.
Les touristes peuvent y suivre la visite proposée par Khalid. Dans les différentes salles sont exposés des tapis, des poteries, des bijoux, des outils agraires, et une collection de photographies anciennes (fin XIXe siècle - années 1960). Khalid emmène les visiteurs dans l'atelier de poterie de son père. Il fait aussi visiter un four à pain, le cimetière juif et le marabout de Sidi Wagnina, un Juif qui aurait apporté le savoir-faire de la poterie à Tafza.

Les touristes peuvent loger dans la famille de Khalid ou dans un gîte attenant à l'écomusée, ouvert en 2012. Khalid propose des excursions dans les villages alentours, par exemple pour visiter la mine de sel de Taourirt, et des randonnées sur le plateau du Yagour et dans le massif du Toubkal.





Figures 48 et 49 : l'écomusée à l'intérieur et de l'extérieur (mai 2010).

L'**Association des Amis du Zat** organise, depuis 2007, des circuits de découverte à pieds entre les trois gîtes de l'association. Les touristes sont invités à découvrir la vie quotidienne des habitants, à travers leur culture matérielle (paysages agricoles façonnés par une agriculture en terrasse, architecture en pisé) et leurs savoir-faire agricoles, comme la tonte des moutons. Sur le plateau du Yagour, l'accent est mis sur les savoir-faire et les savoir-vivre associés à la transhumance, et sur les gravures rupestres, dont les motifs font écho à une civilisation ancienne de transhumants.





Figures 50 et 51 : observation de la tonte des moutons et du village d'Ait Ali (mai 2010).

Le patrimoine dans les projets militants

Dans la vallée du Zat, les associations amazighes mettent en avant des objets différents. Alors que les porteurs de projets patrimoniaux focalisent leurs efforts sur la culture matérielle et les savoir-faire paysans et artisanaux, les militants insistent davantage sur le patrimoine oral et musical tel que les *ahouach* (chants et danses effectuées pour un mariage ou un événement communautaire). Cela s'explique par le fait que les pratiques et les objets qu'ils valorisent sont, pour eux, emblématiques d'identités quelque peu différentes.

2. La territorialisation des identités mises en tourisme

Les porteurs des projets touristiques patrimoniaux adoptent un discours sur l'« identité ». Ils considèrent les pratiques et les objets qu'ils valorisent comme emblématiques d'identités collectives ancrées dans des territoires.

La mise en récit et en scène des identités à travers des discours et des actes

Dans la lignée des *subaltern studies*, je me suis efforcée de décrypter les identités collectives revendiquées et mises en avant par les acteurs touristiques. Pour cela, j'ai étudié comment ces identités sont mises en récit et mises en scène d'une part à travers les discours des acteurs - en me basant sur les supports qu'ils publient (brochures touristiques, panneaux d'exposition) et sur les entretiens que j'avais réalisés avec eux - et, d'autre part, à travers les pratiques des acteurs, leurs gestes, leurs interactions avec les touristes et les objets qu'ils valorisent. J'ai alors privilégié l'observation de ces interactions. L'analyse des pratiques, inspirée des *performative studies*, m'est apparue intéressante car elle accorde de l'importance à la matérialité, la corporéité, la spatialité des identités. L'approche par les pratiques me semble permettre de mieux appréhender les efforts réalisés par les acteurs pour ancrer dans des territoires les identités qu'ils valorisent.

Des identités présentées comme populaires

Les acteurs du tourisme patrimonial et militant convergent dans leur volonté de territorialiser les identités. Ils mettent en avant des identités ancrées dans des territoires présentés comme faisant sens pour les habitants. Il s'agit d'identités qui renvoient à des catégories de la connaissance pensées comme des catégories d'appartenance « ethniques » (il est fait référence à l'identité « berbère » ou « *amazighe* ») et géographiques : le référent « montagne » est fréquemment utilisé pour signifier le fait que la culture berbère est une culture montagnarde, car marquée par la nécessité de s'adapter à un environnement naturel rude.

L'hospitalité, l'entraide, la simplicité sont présentés comme des traits de caractères des Berbères à comprendre par leur effort pour s'adapter à la montagne. Les projets n'en soulignent pas moins les spécificités locales (en partie rapportées à un environnement naturel différent localement).

Des identités complexes, construites sur la durée mais bien vivantes

Les porteurs des projets présentent des identités populaires en montrant qu'elles font sens sur la durée et qu'en même temps elles sont proches de celles vécues au quotidien par les habitants.

Les identités berbères passées sont abordées dans leur complexité sociale et religieuse. Ainsi, de nombreux guides évoquent l'identité « berbéro-juive » ou « juive berbère ». Khalid fait visiter les vestiges de la présence des Juifs à Tafza (un cimetière non entretenu, des maisons abandonnées) et dans les villages voisins (un *mellah* – ou quartier juif - en ruine à Anrar et à Tnine l'Ourika, une synagogue et le mausolée d'un saint juif, Rabbi Shlomo, à Asguine). Il relaie les anecdotes racontées par les personnes âgées de Tafza, à propos de la présence des Juifs. Il explique quelles fonctions économiques ils assuraient : ils étaient commerçants ou artisans (potiers à Tafza, bijoutiers à Anrar). Il raconte que le savoir-faire de potier aurait été apporté par Sidi Wagnina, un Juif devenu le saint protecteur du village. Il raconte une histoire partagée entre Juifs et Musulmans berbères pendant des centaines d'années et le choc qu'a constitué leur départ, dans les années 1960. Loin de toute idéalisation, il ne passe pas sous silence les tensions qui existaient parfois entre eux.

Loin de figer les identités berbères dans le passé, les porteurs de projet veulent les présenter comme des identités vivantes. Pour cela, ils montrent qu'elles se renouvellent sans cesse en incorporant des éléments extérieurs, par apports successifs. Ainsi, lors de la rénovation de la *kasbah* qui abrite l'écomusée, à Tafza, il a été décidé de garder les carreaux colorés de la fenêtre et les murs en plâtre de la *loggia*, bien qu'ils ne respectent pas l'architecture traditionnelle et renvoient plutôt à une manière de faire urbaine, car ils racontent une partie de l'histoire du bâtiment : ces choix décoratifs sont ceux de l'ancien propriétaire de la tour. Plus généralement, l'écomusée a pour vocation de faire vivre les identités berbères en les transmettant. Le dossier de presse présentant l'écomusée stipule ainsi que « l'Ecomusée Berbère a été conçu avec la volonté de valoriser la culture berbère, de conserver la richesse de cette culture sans pour autant qu'elle soit figée. En effet, il a pour principal but de valoriser la culture berbère, de présenter son passé, dans une logique de conservation et de réinsertion pour l'avenir ».

Le référent villageois

De plus, pour valoriser des identités populaires, les acteurs mobilisent des référents géographiques tels que le village, l'ensemble de villages ou la vallée, qu'ils présentent comme faisant sens à des échelles d'identification vécues et comme correspondant à des référents sociaux endogènes, tels que la communauté villageoise, la tribu ou la confédération de tribus.

L'identité villageoise est très fréquemment mobilisée pour donner sens aux pratiques et objets patrimoniaux. C'est le cas, dans la vallée des Aït Bouguemez, dans les offres de « randonnée en étoile » faites par les guides propriétaires de gîtes. Ainsi, la brochure de Vision du monde, qui travaille en partenariat avec Mohamed Outezdot, un guide paysan qui a monté son gîte dans le *douar* d'Aït Ayoub, invite les touristes potentiels à s'intéresser au quotidien des habitants de ce village (figure 51). Durant les séjours, les visiteurs logent dans sa famille. L'observation des interactions entre la famille d'accueil et les touristes, par exemple lorsque ces derniers participent aux travaux des champs, montre qu'ils performent ensemble des identités localisées, en rapport direct, matériel, charnel, avec un terroir. Dans ce projet, le village est donc valorisé comme lieu de vie et terroir, donnant sens aux savoir-faire paysans de ses habitants.



SÉJOUR À AÏT AYOUB

RANDONNÉE DÉCOUVERTE / 8 JOURS /

Dans le hameau d'Aït Ayoub, hommes et femmes vivent de la richesse de la terre. Leurs maisons de pisé naissent de cette terre et se confondent avec les versants de l'Atlas. La vie est rythmée par les saisons, les travaux agricoles, le pas lent des mules, les allers et venues des troupeaux, les moments de convivialité autour du thé.

Nous vous invitons à faire le pas de la rencontre, pour jouer, puiser l'eau, ramasser la luzerne, moissonner, participer à la préparation des repas et offrir aux villageois une soirée festive. Votre guide vous aidera à franchir les barrières culturelles, du langage ou encore de la timidité, pour échanger, partager et rencontrer.

Nuits à Marrakech chez l'habitant

Partagez quelques instants le quotidien d'une famille marrakechie. Les maisons de nos hôtes sont situées dans la médina près de la place du Moukef et de la médersa Ben Youssef. Entre l'accueil chaleureux d'Amina et de Dominique et la bienveillance de maman Aïcha, vous découvrirez les spécialités et les beautés d'une ville haute en couleur.

Prix : chambre double (nuit + petit-déjeuner) : 29 €.

Dîner : 10 €. Sur tous nos voyages il est possible d'opter pour des nuits chez l'habitant à Marrakech (à signaler sur le bulletin d'inscription). Premier dîner dans la famille obligatoire (à régler sur place). Possibilité d'organiser une séance de henné ou un hammam. Nous consulter.

Figure 52 : extrait de la brochure de Vision du monde 2010-2011.

La référence récente à la tribu

Depuis peu, quelques acteurs du tourisme patrimonial et militant font également référence à la tribu, par exemple celle des Aït Bouguemez, ou à la confédération de tribus[105]. Ainsi, dans la région de Taliouine, l'iconographie touristique valorise des savoir-faire paysans qui renvoient à l'aire traditionnelle de la culture du safran. Le « pays » du safran renvoie à un ensemble de terroirs, avec leurs particularités (celui d'Askaoun, en hauteur, donne un safran de très bonne qualité). Les brochures touristiques se contentent de rattacher le safran à un terroir. Mais à l'oral, les guides rattachent les différents objets et pratiques patrimoniaux à la confédération de tribu Aït Ouaouzguid et à un mode de vie montagnard. Dans le discours qu'ils tiennent aux touristes, ils font correspondre les terroirs spécifiques à l'espace et aux savoir-faire d'une tribu (celle d'Askaoun, celle de Souktana) et, plus largement, à l'espace et aux savoir-faire de la confédération de tribus Aït Ouaouzguid. Ils présentent les traits culturels de cette confédération comme marqués par l'environnement montagnard du Siroua et les opposent à ceux des habitants de la plaine du Souss : au regard des Soussis, adeptes d'une certaine austérité religieuse et sociale, les montagnards auraient un mode de vie plus simple. Ils seraient plus joviaux et ouverts, car leur culture serait marquée par l'arrivée, par le passé, de plusieurs vagues de populations étrangères (des Romains, des Portugais, à l'époque des Saadiens, des populations d'Afrique subsaharienne, dont on retrouve les traces dans les rythmes des danses et des chants de la région et dans la présence de musiciens *gnaoua*). Les guides interrogés rattachent d'autres types de patrimoine que celui des savoir-faire paysans autour du safran aux Aït Ouaouzguid. Par exemple, lorsqu'ils font visiter un grenier, ils expliquent qu'il constitue une institution communautaire tribale.

Si les acteurs du tourisme patrimonial de l'Ourika et du Zat se réfèrent principalement à la vallée ou à un village, certains ont, eux aussi, le projet de valoriser une identité tribale. Lors d'une réunion rassemblant des acteurs touristiques des deux vallées (C11FG1), les participants ont exprimé leur volonté de coordonner de nouveaux projets à l'échelle des deux vallées, en valorisant un fond tribal commun, l'appartenance culturelle à la fédération de tribus des Massmouda. L'organisation conjointe d'un festival mettant en avant les singularités communes

[105] Ces entités n'ont pas de consistance politique, elles ne constituent pas des unités administratives, mais elles correspondent toujours à des communautés de référence pour les habitants et régissent encore parfois les rapports entre groupes sociaux. Par exemple, une réglementation coutumière réglemente la gestion des pâturages d'altitude (*agdal*) et leur usage par les membres de différentes tribus.

aux deux vallées a été discutée. Il porterait sur la thématique du pastoralisme sur le plateau du Yagour, un espace de pâturage partagé par les tribus des deux vallées.

L'inscription dans le paradigme territorial dominant

J'ai montré que les acteurs du tourisme patrimonial et militant, dans leur effort pour territorialiser les identités, mobilisent des référents localisés qui correspondent à des types d'entités sociales reconnues pour avoir tenues sur la durée. Ils s'inscrivent ainsi dans le paradigme dominant : une identité = un territoire = un groupe social = une histoire longue. Ils montrent en même temps que les territorialités sont complexes, que les identités renvoient à des territoires emblématiques d'ensembles sociaux à géométrie variable.

La tribu et la communauté villageoise des militants

Si les porteurs de projets patrimoniaux et militants adoptent quelques référents identitaires similaires (la communauté villageoise, la tribu), ils font des commentaires différents sur ceux-ci et rapportent des objets différents à un même référent. C'est particulièrement le cas pour la tribu. Durant les randonnées qu'il accompagne, le guide de l'Association des Amis du Zat (AAZ) évoque la tribu au moment de l'arrivée sur le plateau du Yagour, afin d'expliquer le principe de l'*agdal*, pâturage partagé entre plusieurs tribus. *A contrario*, l'association Yagour de développement adopte, à propos de la tribu, un discours beaucoup plus politique. Ses membres convoquent le référent tribal pour donner du sens à certains savoir-faire paysans, comme le fait l'AAZ, mais surtout, ils mettent en avant le patrimoine social du droit coutumier tribal et le présentent comme précolonial, dans le but de dénoncer le fait que les autorités coloniales puis celles du Maroc indépendant se sont efforcées de vider de sa substance le droit coutumier afin de mieux contrôler et assimiler les populations *amazighes*. Ils revalorisent le droit coutumier tribal précolonial pour en faire un symbole de leur lutte contre la marginalisation de celles-ci.

Dans cette perspective, ce n'est pas seulement la « tribu » qui est revalorisée. Lorsqu'ils parlent de la communauté villageoise, les militants *amazighs* évoquent immanquablement la *jemaa*, assemblée traditionnelle réunissant les chefs des lignées. Sans adopter un discours idéaliste sur cette forme de gestion (ils dénoncent particulièrement la non-représentation des femmes dans ces assemblées), ils s'attachent à en montrer les avantages. Selon eux, elle permet de régler les différends entre lignages, qui constituent l'unité sociale que les habitants se sont le mieux appropriée. S'ils soulignent l'importance des associations, pour lever des fonds et réaliser des projets de développement, ils montrent qu'il est

indispensable que les associations travaillent en collaboration avec les *jemaa*, afin que les projets soient acceptés et soutenus par l'ensemble de la population. *In fine*, si des référents identitaires similaires sont mobilisés dans les projets patrimoniaux et les projets militants, ils ne sont pas appréhendés de la même manière.

Des identités construites en référence à des espaces d'échelles variées et différenciées

En plus des référents identitaires localisés, les acteurs du tourisme patrimonial et militant mobilisent des référents identitaires renvoyant à d'autres échelles géographiques. Il s'agit ici, d'une part de montrer que cette stratégie de branchement est mise au service de la stratégie d'ancrage et, d'autre part, de pointer les divergences existant entre projets patrimoniaux et projets militants, qui apparaissent plus clairement lorsque l'on analyse les stratégies de branchement.

Une identité berbère savante et populaire renvoyant à de multiples échelles de référence

Les acteurs du tourisme patrimonial plébiscitent une identité berbère à la fois savante et populaire, renvoyant à des échelles de référence aussi bien supranationales, nationales et régionales que locales. Le cas de l'Ecomusée berbère de l'Ourika est, à cet égard, révélateur.

Dans cet écomusée, l'identité berbère est présentée comme transnationale : l'un des panneaux introductifs présente le peuple berbère comme un peuple d'Afrique du Nord, continu dans le temps mais sans véritable dénominateur commun en dehors de la langue, elle-même morcelée en dialectes. Sur le panneau intitulé « scènes villageoises », c'est encore le terme de « peuple » berbère qui est employé pour désigner un groupe culturel dépassant les frontières, aux contours flous. La dimension transnationale de la berbérité liée aux migrations est également soulignée : « il faut aussi mentionner la présence berbère en Europe, en France et en Belgique ».

Dans les entretiens réalisés avec les fondateurs de l'écomusée, ceux-ci expliquent qu'ils ont aussi voulu montrer des objets représentatifs de la diversité de l'identité berbère au Maroc et, ainsi, de la diversité de l'identité marocaine. Les cartels illustrent cela : les objets viennent aussi bien du Moyen-Atlas que du Haut Atlas et du pré-Sahara.

L'identité berbère valorisée à l'écomusée, qui renvoie à une échelle transnationale, nord-africaine, et à une échelle nationale, marocaine, est une identité savante. Sur

les panneaux introductifs, nombreuses sont les références faites à des anthropologues et sociologues, tels que Gabriel Camps ou Jacques Berque. Dans la salle où sont exposés des tapis, les panneaux relaient les explications des motifs données par des anthropologues. Sont ainsi cités les travaux d'Henri Basset sur les tapis de l'Atlas. Cela traduit la volonté des concepteurs de l'exposition de rechercher des cautions scientifiques.

Dans le même temps, l'identité berbère est présentée dans ses nuances locales. Une salle, la « salle Ourika », est consacrée au *douar*. Y sont exposés des objets ayant servi à l'activité agricole dans le village. Les responsables souhaitent resserrer les objets autour du Haut Atlas, de la vallée de l'Ourika et du village de Tafza. Ils veulent rédiger un guide sur la vallée de l'Ourika et son patrimoine, organiser des ateliers de poterie, dans l'enceinte de l'écomusée, et ouvrir une pièce avec des objets (poteries et tapis) réalisés actuellement au village, pour mieux valoriser les savoir-faire spécifiques à la vallée et au village. L'identité villageoise est surtout présente par l'intermédiaire de Khalid, qui assure les visites. L'observation de celles-ci (figures 53 et 54) permet de comprendre le sens donné par Khalid aux objets. L'interprétation qu'il livre aux touristes est inspirée de celle que donnent les gens du village des objets. Pour les tapis, qui sont des objets traditionnellement réalisés par les femmes, il relaie le sens que leur donnent les femmes de sa famille. Il commente des tapis qui n'ont pas été réalisés dans son village (mais qui proviennent du Moyen ou de l'Anti Atlas), en les rattachant à une identité villageoise et familiale. Ainsi, il met en scène une identité villageoise et populaire que les concepteurs du projet entendent davantage valoriser.





Figures 53 et 54 : la visite guidée par Khalid (mai 2010).

L'identité berbère telle qu'elle est présentée à l'écomusée est donc une identité plurielle, à la fois savante et populaire, faisant référence à des espaces d'échelles variées. C'est ce que résume Patrick Manac'h lorsqu'il dit (C1E18) :

> « Les explications de Khalid sur les panneaux correspondent aux différentes couches d'une écorce. Ce qu'on veut montrer, c'est que l'identité berbère est faite de multiples couches, et nous, à l'Ecomusée, on essaie de faire connaitre quelques-unes de ces couches ».

L'autochtonie au service de la valorisation d'identités localisées

Chez les militants *amazighs* de la vallée du Zat, les identités revendiquées sont différentes. L'autochtonie est mise au service de la valorisation d'identités locales. Voici en quels termes un militant parle des identités qu'il entend faire découvrir à ses hôtes (C7E16) :

> « Le tourisme doit être culturel. Pour que la vallée se développe grâce au tourisme, il faut exploiter ce qu'il y a ici. Mais le tourisme, ce n'est pas que le développement. Ça peut aussi servir à montrer que nous ne sommes pas des Arabes, que les Marocains ne sont pas des panarabistes, à faire tomber les amalgames. A rappeler que les Berbères sont les autochtones de l'Afrique du Nord. Avec un tourisme culturel, on peut faire passer un message aux autorités, aux TO, aux guides, aux touristes, et aux habitants pour éviter la folklorisation de leur identité. […] On propose des séjours chez l'habitant, pour que les touristes soient immergés dans la vie quotidienne. On essaie de leur montrer ce qui fait la spécificité de la vie dans les montagnes, par exemple le fonctionnement communautaire pour gérer l'eau et les pâturages, l'architecture, l'artisanat. Ça demande de passer beaucoup de temps à expliquer le fonctionnement des tribus ou les significations des *ahouach*, car ça ne veut pas dire la même chose dans chaque village ! Ça ne peut marcher qu'avec des touristes bien curieux ».

Ici, mon interlocuteur se réfère à une identité *amazighe* transnationale, pan-amazighe, définie à l'échelle de l'Afrique du Nord, pour la différencier de l'identité arabe et panarabe, définie à l'échelle du « monde arabe »[106]. Il revendique l'autochtonie du peuple *Imazighen* et sa présence continue en Afrique du Nord depuis la conquête arabo-musulmane au VIIe siècle, sur un territoire supranational nommé *Tamazgha*, qui va de l'oasis de Siwa en Egypte aux îles Canaries, et est envisagé comme un référent plus culturel que politique. Il mobilise l'autochtonie pour montrer que l'*amazighité* constitue le substrat de l'identité marocaine et

[106] L'identité panarabe est celle défendue par la Ligue arabe, fondée en 1945, que le Maroc a rejoint en 1958.

prouver qu'à ce titre elle fait partie intégrante de l'identité nationale. Il s'appuie sur un imaginaire militant transnational, porté par le mouvement associatif *amazigh* depuis les années 1970, pour dénoncer des représentations des *Amazighs* que les militants jugent caricaturales et qui, selon eux, sous-tendent les positionnements des pouvoirs publics en matière d'identité, de même que les imaginaires véhiculés par la majorité des acteurs touristiques, hérités de la période coloniale. Ce type de commentaires est repris lors de la visite du site des gravures rupestres, sur le Yagour. Les militants les présentent comme un patrimoine *amazigh* précolonial préislamique et comme la preuve de l'autochtonie des populations *amazighes*.

De manière complémentaire, les militants de la vallée du Zat entendent faire connaitre aux visiteurs les identités *amazighes* telles qu'elles sont vécues à l'échelle d'un village voire d'une famille. Pour cela, ils favorisent des séjours longs chez l'habitant pour faire entrer les touristes plus profondément dans leur culture. Pour eux, passer du temps avec les habitants – quitte à ce que la communication ne passe pas par la parole mais par des gestes – est la garantie que les visiteurs saisiront les identités *amazighes* vécues par les habitants d'un village et par une famille dans leurs nuances les plus fines.

Dans les projets touristiques menés par les militants, l'identité *amazighe* est donc représentée comme une identité plurielle, qui fait sens à des échelles plus variées encore que dans les projets des acteurs patrimoniaux, à la fois plus vastes et plus fines.

Au terme de cette analyse des identités collectives revendiquées par les acteurs touristiques dans leurs projets, il convient de souligner, d'abord, le fait que les acteurs du tourisme patrimonial et militant mettent en œuvre un même type de stratégie, consistant à mettre le branchement au service d'un effort pour ancrer les identités berbères dans des territoires. Cependant, les réseaux d'acteurs dans lesquels ils s'inscrivent, les types de patrimoine, les référents identitaires qu'ils mobilisent, la façon qu'ils ont de raconter ces identités, apparaissent souvent différents.

3. Des stratégies d'ancrage et de branchement différenciées

La divergence entre projets patrimoniaux et projets militants s'explique par le fait qu'ils poursuivent des objectifs différents et qu'ils mobilisent leurs réseaux de manière différente.

Des stratégies d'ancrage différenciées

La création d'offres touristiques « alternatives » est motivée par la volonté de relocaliser les flux touristiques, de faire en sorte que les territoires tirent bénéfice de l'activité touristique. Cette tactique d'ancrage est mise au service d'objectifs économiques, sociaux, culturels et politiques, qui peuvent être combinés ou dissociés.

La relocalisation de l'activité touristique pour un développement durable

Les acteurs du tourisme patrimonial et militant affichent une logique de « développement durable ». La durabilité est d'abord entendue dans le sens de « durabilité dans le temps ». La mise en tourisme des identités répond en effet à la volonté des porteurs de projets de pérenniser dans le temps le produit « tourisme de montagne » en le renouvelant : la valorisation du patrimoine leur permet de proposer une offre à la fois plus diverse et plus spécifique. Ce faisant, ils cherchent à attirer suffisamment de clients pour que leur projet soit rentable. S'il est rare que les acteurs ne comptent que sur le tourisme pour leur subsistance (car ils connaissent les risques de la dépendance à une activité fluctuante), ils conçoivent le tourisme comme un complément d'activité primordial pour eux, parce qu'il permet de soutenir leurs autres activités professionnelles. Par exemple, pour ceux qui proposent des séjours à la ferme, le tourisme est vu comme un soutien à l'activité agricole. Le tourisme est alors plébiscité comme une ressource économique complémentaire et, donc, comme un moyen pour rester en montagne au lieu de migrer.

Les porteurs des projets envisagent la mise en tourisme des identités comme une ressource économique pour eux-mêmes mais aussi pour ceux qu'ils emploient, qu'ils recrutent le plus souvent localement, et pour les habitants des montagnes qui ne participent pas directement à l'activité touristique : ils travaillent avec les professionnels des activités traditionnelles que constituent l'agriculture et l'artisanat, pour les redynamiser. Par exemple, ils cuisinent avec des produits du terroir achetés chez des producteurs locaux. Ils emmènent leurs hôtes visiter des coopératives agricoles et artisanales. Ainsi, ils s'efforcent de favoriser l'emploi local direct et indirect, de faire du tourisme un soutien aux autres activités économiques et, ainsi, de le mettre au service d'un développement global, intégré.

Le tourisme patrimonial est de plus envisagé comme une ressource sociale, permettant de soutenir des projets de solidarité, profitant à l'ensemble de la communauté locale (souvent *via* le versement par les porteurs des projets d'un pourcentage de leurs recettes à l'association villageoise, qui décide des projets à

réaliser), et comme un levier de développement équitable, permettant de soutenir des projets profitant à des groupes de populations vues comme défavorisées, tels que les femmes.

Ils revendiquent le caractère « durable » de leurs projets également dans le sens où ils pensent permettre un développement spatialement plus équilibré de l'espace touristique dans lequel ils sont ancrés. En effet, ils disent avoir choisi tel ou tel lieu pour mettre en œuvre leur projet en fonction de considérations pratiques (opportunité d'achat d'une propriété), patrimoniales (présence d'un patrimoine riche et encore peu valorisé), parfois fonctionnelles (proximité d'une localité concentrant déjà des flux touristiques), et parfois, à l'inverse, parce qu'il s'agit de lieux encore peu touristiques. Ils veulent participer à la décongestion des espaces les plus touristiques et à la diffusion des effets du tourisme dans les espaces jusque-là peu concernés par cette activité. En valorisant des objets patrimoniaux qu'ils présentent comme spécifiques au territoire, ils entendent fabriquer de nouvelles images de ce territoire, plus lisibles et plus singulières, et, donc, contribuer à la diffusion des flux touristiques dans tout le territoire.

De plus, ils revendiquent la durabilité environnementale de leurs projets. Ils sont nombreux à mettre en avant des formes de tourisme susceptibles de contribuer au développement local tout en étant respectueuses de l'environnement, à travers notamment des pratiques de bonne gestion des ressources naturelles. L'idée exprimée par certains est de préserver l'environnement du « mauvais » tourisme mais aussi de faire de l'environnement une ressource touristique et de protéger cette ressource, pour qu'elle constitue un facteur d'attractivité.

La mise en tourisme des identités comme ressource culturelle

Les projets de développement touristique sont présentés comme « durables » également car ils se basent sur la valorisation de spécificités culturelles locales. Ils seraient alors les leviers d'un développement plus endogène, approprié, faisant le lien entre la tradition, la mémoire locale et la modernité, recherchée également dans le « développement ». Les porteurs de ces projets entendent faire de la mise en tourisme des identités une ressource non seulement socioéconomique mais aussi symbolique, culturelle, et ce dans plusieurs sens.

Premièrement, ils veulent favoriser la rencontre interculturelle, l'échange entre les touristes et les habitants, en mettant en œuvre une pédagogie favorisant la tolérance et le respect de l'Autre. Ainsi, l'un des panneaux introductifs, à l'Ecomusée berbère de l'Ourika, stipule : « les objets rassemblés ici, les images,

souhaitent aider à construire un regard plus attentif et plus respectueux. A jeter sans cesse plus de ponts entre hommes et femmes, partout. L'écomusée n'est pas un espace fermé : ses fenêtres, ses terrasses, montrent l'importance des ouvertures, des panoramas. L'écomusée souhaite […] créer des liens entre tous, liens culturels ». Il s'agit de faire connaître aux touristes des patrimoines et les identités dont ils sont les emblèmes, et d'apporter aux habitants une ouverture, en favorisant leur découverte de la culture des touristes.

Deuxièmement, les acteurs entendent revivifier, chez les habitants, le sentiment d'appartenir à un groupe. Pour cela, ils cherchent à raviver la mémoire des habitants, à faire ré-émerger la mémoire qu'ils ont du passé d'un territoire et d'un groupe. Cela demande de travailler avec les habitants, en parallèle des projets touristiques, qui peuvent ensuite aider à conserver, valoriser et transmettre cette mémoire. Ainsi, Mahjoub Bajja, de l'association Maroc Inédit, a commencé à collecter, dans les villages autour de Taliouine, les récits des anciens sur la présence juive. L'association est par ailleurs en train de monter un partenariat avec un chercheur d'Agadir pour avancer dans ce travail de collecte. Il s'agirait, pour faire se croiser mémoires juives et musulmanes, d'interroger à la fois les vieux musulmans du village mais aussi les touristes juifs lorsqu'ils reviennent dans leur village d'origine. L'association a un autre projet avec un anthropologue marocain, spécialiste du conte. L'idée serait de collecter des récits et des chansons sur l'histoire locale pour les ré-agencer dans des contes et les proposer aux habitants (et pourquoi pas, dans un second temps, aux touristes) lors de soirées culturelles. De plus, pour revitaliser les identités collectives, les acteurs touristiques cherchent à redonner aux habitants la fierté de leur patrimoine. Pour cela, ils s'efforcent de les sensibiliser à sa valeur, pour les touristes, mais aussi en soi, pour eux. Par exemple, à Aguerda, dans la région de Taliouine, un village où Maroc Inédit appuie un projet de création d'une chambre d'hôte, Annie Lauvaux et Mahjoub Bajja se sont efforcés de faire comprendre à la responsable du projet qu'il était préférable de proposer aux visiteurs de s'asseoir sur des banquettes ou des tapis, comme cela se fait traditionnellement, plutôt que sur des chaises en plastique.

Les porteurs de projets veulent ainsi faire du tourisme une ressource identitaire, un moyen pour les sociétés locales de redéfinir et redire ce qui les rassemble et ce dont elles sont fières.

La mise en tourisme des identités comme ressource socio-politique

Ils entendent de plus contribuer au renforcement des acteurs touristiques, en proposant des formations aux propriétaires de gîtes et aux guides, notamment

pour leur apprendre à mieux valoriser le patrimoine local, et en créant des structures associatives rassemblant les divers acteurs touristiques de la région. Ils veulent de plus contribuer au renforcement des acteurs de la société civile, et de certains groupes en particulier, comme celui des femmes, considérées comme démunies. Pour cela, ils cherchent à approfondir leurs liens avec les associations villageoises et les coopératives féminines, et proposent parfois à leurs cadres et à leurs membres des formations pour améliorer leurs compétences et, ainsi, les rendre plus autonomes et leur donner plus de moyens pour faire entendre leur voix localement.

La mise en tourisme des identités comme ressource politique

Si les acteurs du tourisme patrimonial et militant poursuivent tous un même but, la lutte contre la marginalisation des montagnes, s'ils entendent tous relocaliser les retombées économiques et sociales de l'activité touristique, et en faire un vecteur de revalorisation des identités locales, ils ne se retrouvent pas sur les objectifs politiques. Ils font un diagnostic différent de la marginalisation et ils envisagent d'adopter des solutions différentes pour lutter contre elle. Leurs positionnements constituent, dans les deux cas, des positionnements politiques et idéologiques, même si cela est assumé et revendiqué surtout chez les militants *amazighs*.

Ceux-ci comprennent la marginalisation comme un processus essentiellement politique et pensent que la valorisation de la culture à une échelle locale et la mobilisation de référents mondialisés doit servir une lutte politique à mener à l'échelle nationale. Ils considèrent le tourisme comme un outil pour défendre les droits des populations berbérophones et promouvoir un développement décidé et géré par les populations concernées, mais davantage aidé par la communauté marocaine (ils demandent une « loi-montagne » établissant des mécanismes de solidarité bénéfiques à la montagne, défavorisée par son environnement naturel et par la marginalisation politique dont elle a été victime depuis la période coloniale). Le tourisme constitue pour eux un moyen de déplacer de la scène nationale à la scène internationale les rapports de force identitaires dont la montagne fait l'objet en prenant à témoin le touriste, de porter la cause *amazighe* nationale sur la scène internationale. Il est conçu comme un outil pour sensibiliser les touristes et les habitants, faire connaître la culture *amazighe* et la marginalisation politique dont elle est victime.

A contrario, la plupart des acteurs du tourisme patrimonial disent vouloir éviter toute polémique politique à propos de l'amazighité et n'en montrer que la dimension culturelle. Ils n'évoquent les mouvements militants que pour s'en

distancier. Ceux qui utilisent le terme « berbère » le font pour se distancier des militants qui revendiquent l'« amazighité ». Ils parlent peu de l'actualité politique concernant les questions identitaires au Maroc. A l'Ecomusée berbère de l'Ourika, l'un des panneaux introductifs évoque la création de l'IRCAM par le Roi, pour louer sa politique d'ouverture. Les discours sont peu critiques concernant la prise en charge de la question *amazighe* par les pouvoirs publics. La position des porteurs de projets patrimoniaux n'est pas pour autant figée : les responsables de l'écomusée m'ont fait part de leur projet de contacter des associations *amazighes*, pour mieux les connaître.

Des stratégies de branchement différenciées

Les acteurs patrimoniaux et militants poursuivent des objectifs politiques différents et, de plus, adoptent des stratégies différentes de branchement.

L'aide financière, technique et discursive apportée par les réseaux

S'ils s'insèrent dans des réseaux différenciés, tous utilisent ces réseaux comme des ressources parfois financières, souvent techniques. Ainsi, ces derniers leur permettent de bénéficier de formations. Il n'est pas rare que les guides qui travaillent avec les réseaux de tourisme alternatif partent en France pour participer à une formation. De même, le réseau Tamaynut organise des formations pour les guides, auxquelles participent de jeunes militants de la vallée du Zat. L'appui technique peut être plus ponctuel, comme dans les cas où le réseau aide un acteur à monter un dossier de demande de fonds et à contacter des bailleurs. Les réseaux permettent de plus de promouvoir les projets et de trouver une clientèle : les chartes et les labels des réseaux de tourisme alternatif rassurent et attirent le client. Les touristes qui voyagent avec l'association Yagour de développement sont souvent des sympathisants des réseaux *amazighs*. Surtout, les réseaux permettent d'échanger des idées. Leurs objectifs et leur manière de présenter les identités sont inspirés des discussions qu'ils ont avec les autres acteurs du réseau. Les réseaux véhiculent des manières de faire et de dire les identités berbères différentes, ce qui explique en partie les différences entre projets patrimoniaux et militants.

La mobilisation d'expériences réalisées ailleurs

Les dissemblances entre les projets se comprennent de plus par le fait que les acteurs s'inspirent d'expériences différentes réalisées ailleurs.

Les acteurs du tourisme patrimonial s'inspirent de projets précis. Quand on l'interroge sur les projets qui ont guidés la réalisation de l'Ecomusée, Patrick Manac'h évoque l'Écomusée du Niou Huella, sur l'île d'Ouessant. « Cet écomusée

fait partie de mon archéologie », me dit-il (C1E18). Né à Ouessant, il a observé de près la création de cet écomusée, le premier réalisé en France, en 1968, et qui raconte la vie insulaire. Il reprend les principes fondateurs de cette expérience (raconter la vie quotidienne passée et présente d'une population et de son territoire, à travers la valorisation de son patrimoine). Pour mieux valoriser les savoir-faire villageois, il souhaite organiser des ateliers de poterie, sur le modèle des démonstrations et des ateliers de filage de la laine à la quenouille ou de tonte des moutons aux ciseaux réalisés au Niou Huella. Il entend davantage faire participer la population, comme c'est le cas à Ouessant.

L'association Maroc Inédit s'inspire quant à elle de projets couplant tourisme et agro-écologie, auxquels elle accède *via* les réseaux agro-écologiques. Elle observe notamment le processus de création du Carrefour des Initiatives et des Pratiques Agroécologiques, dans la région des Jbilet, projet porté par Terre et Humanisme Maroc, lui-même inspiré d'expériences visant à faire du tourisme un moyen de financer des formations de paysans à l'agro-écologie réalisées en France (celle des Amanins, dans la Drôme) et en Afrique de l'Ouest (celle de Gorom Gorom, au Burkina Faso, et celle de Tacharane au Niger). Les projets d'écotourisme solidaire mis en œuvre par Maroc Inédit sont également inspirés de la Kasbah de Timidarte, projet réalisé par l'un des membres du Réseau Marocain d'Ecotourisme Solidaire dans la vallée du Draa, un projet qu'Annie Lauvaux considère comme un exemple de valorisation touristique du patrimoine, une réussite du point de vue de ses retombées économiques, sociales, culturelles et en termes de jeux d'acteurs.

Quant aux militants, ils mobilisent d'autres types d'expériences, dont ils ont eu connaissance *via* les réseaux amazighs. Au cours des entretiens, ils faisaient fréquemment référence au « tourisme autochtone ». Sans citer d'expériences particulières, ils évoquaient des projets touristiques réalisés en Amérique du Nord et en Amérique du Sud, gérés localement par les communautés autochtones et présentés comme une réussite parce qu'ils s'appuient sur les structures sociales communautaires existantes.

La réflexion des acteurs du tourisme patrimonial et militant est donc alimentée par des expériences et des types d'expériences différents, réalisés au Maroc et à l'étranger, et relayés par des réseaux différenciées.

Le branchement sur les discours d'organisations internationales et nationales

Pour alimenter leur effort d'ancrage, les porteurs des projets patrimoniaux comme militants s'appuient sur les discours d'acteurs internationaux. Ils agissent dans un contexte qu'ils savent favorable à la valorisation touristique des spécificités locales. En effet, plusieurs textes de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) recommandent le développement de formes de tourisme respectueuses des particularités culturelles et environnementales des lieux touristiques[107]. Les pouvoirs publics marocains en charge du tourisme adoptent le même type de recommandations. L'une des priorités de la Vision 2030 et des Pays d'Accueil Touristiques, sur lesquels je reviens dans le chapitre 8, est ainsi la promotion du « tourisme rural » et de « niches touristiques » basées sur les ressources naturelles et culturelles de chaque « pays »[108].

Les acteurs locaux invoquent parfois ces textes et ces programmes. Ils font également référence à des projets qui ont été primés par des organisations internationales, tels celui mené par l'association Aït Iktel de développement, dans le village d'origine d'Ali Amahan, célèbre anthropologue marocain fonctionnaire du Ministère de la culture. Ce projet de développement intégré, basé sur la valorisation du patrimoine social que constitue la *jemaa*, a obtenu le Prix Aga Khan Award d'architecture en 2001 et est cité dans un rapport de la Banque Mondiale sur le développement en 2003. Les acteurs locaux voient enfin comme des modèles les projets touristiques qui ont obtenu des labels nationaux (tels que le Trophée du tourisme responsable, attribué par le ministère du Tourisme).

Surtout, les acteurs réutilisent les termes qui désignent le « bon tourisme » et circulent dans les textes officiels, les programmes et les labels internationaux et nationaux. Ainsi, ils reprennent à leur compte les termes d'« écotourisme », de « tourisme culturel », d'« agritourisme », de « tourisme solidaire », et, bien sûr, de « tourisme durable »[109].

---

[107] Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel (Unesco 1972), Charte du tourisme durable (OMT 1995), Code mondial d'éthique du tourisme (OMT 2001), Déclaration de Québec sur l'écotourisme (UNEP et OMT 2002).

[108] Haut-commissariat au Plan, « Tourisme 2030, quelles ambitions pour le Maroc ? », 2011.

[109] La plupart des voyagistes qui organisent des séjours dans les Atlas utilisent eux aussi ce vocabulaire à la mode, ce qui rend floue la frontière entre acteurs et pratiques « alternatifs » et acteurs et pratiques touristiques classiques ou « de masse ». En rappellant cela, je ne vise pas à dire que toutes les offres doivent être mises sur le même plan, je cherche à ne pas réifier des catégories qui sont des catégories d'acteurs, se comprennent dans le cadre de stratégies complexes, et dont le caractère « alternatif » doit être mis à l'épreuve du terrain, apprécié à l'aune de la manière avec laquelle ces offres sont perçues dans les territoires concernés.

Les acteurs n'en sont pas moins critiques à l'égard de ces appellations. Certains s'en démarquent en en créant de nouvelles : les membres du RMES se reconnaissent sous la bannière de l'écotourisme solidaire. Pour Annie Lauvaux, voici ce que désigne l'expression (C14E2):

> « Faire de l'écotourisme solidaire, c'est pratiquer un tourisme qui contribue à l'amélioration des conditions de vie du porteur de projet et, dans la mesure du possible, des populations. C'est aussi un tourisme qui respecte l'environnement […]. Pour l'instant, c'est un concept assez abstrait. D'ailleurs, on n'est pas sûr que le terme soit heureux. On aimerait trouver quelque chose qui sonne plus *beldi*, qui corresponde à notre démarche qui est de réfléchir à des modèles de tourisme alternatif adaptés au Maroc ».

La réflexion sur les appellations est ainsi alimentée par la réflexion sur la pertinence de telle ou telle façon de concevoir un projet touristique. D'autres acteurs, comme Jean-Louis Olliver, responsable de l'association Arvel Voyage, se méfient des étiquettes qu'ils considèrent comme un phénomène de mode, auquel ils ne veulent pas céder, et comme une démarche marketing, souvent dénuée de sens véritable. Il critique ceux qui, sous couvert de telle ou telle étiquette, prétendent que leur projet constitue un modèle à suivre. Il récuse ainsi la démarche des « ayatollah du tourisme solidaire » (C13E1). Pour lui, tout projet a ses contradictions, qu'il convient d'assumer. Bernard Fabry, le fondateur de l'agence Atlas Sahara Trek, qui tient le même type de discours, va jusqu'à récuser toute étiquette, afin de ne pas céder à la tentation de ce qu'il appelle le « tourisme à particules » (C15E14).

D'autres encore assument d'adopter la terminologie utilisée par les organisations internationales pour légitimer et financer leur projet, attirer l'attention des touristes et celle des bailleurs de fonds. Pour Nejma Jellou, présidente de l'association des Amis des Aït Bouguemez, « le tourisme durable des Nations Unies, c'est une nouvelle doxa, mais avec ça, on peut susciter l'intérêt des touristes et des voyagistes européens et avoir plus de visibilité auprès des bailleurs de fonds » (C9E3). Si une telle vision n'exclut pas une préoccupation effective pour le patrimoine et les retombées locales du tourisme, elle montre que la rhétorique durable peut être en même temps mise au service de stratégies financières.

D'autres textes internationaux, assurant la reconnaissance des minorités, concourent à créer un climat propice à la réalisation de projets qui valorisent des identités. Dans les discours qu'ils adressent aux visiteurs, les militants font

référence aux droits des peuples autochtones[110]. Ils s'efforcent de leur faire connaitre le travail de lobbying réalisé par le mouvement auprès des Nations Unies[111], et, ainsi, les moyens qu'emploie le mouvement pour faire pression sur l'Etat marocain et lui demander de respecter les conventions qu'il a signées.

On voit donc à quel point les stratégies d'ancrage et de branchement sont différentes chez les acteurs du tourisme patrimonial et militant.

Des trajectoires d'ancrage et de branchement différenciées selon les espaces

Ces stratégies sont différenciées également si l'on considère chaque terrain. Des trajectoires singulières peuvent être identifiées pour chacun, au regard des types de configuration d'acteurs et de la place du tourisme dans le processus de révélation des ressources patrimoniales, par rapport aux autres activités. Pour cela, j'utilise une grille de lecture inspirée de l'économie territoriale[112]. Elle invite, pour comprendre la construction de ressources territoriales à travers un processus de patrimonialisation, à identifier les opérateurs de la ressource patrimoniale, en distinguant chronologiquement l'intervention des « inventeurs » et des « ancreurs ». Les premiers révèlent les qualités d'un objet, liées en partie à un territoire, et en font une ressource spécifique. Les seconds approfondissent le mécanisme de différenciation pour faire de l'objet patrimonialisé une véritable ressource territoriale.

Dans la majorité des espaces étudiés, le tourisme et les acteurs externes jouent un rôle moteur dans la découverte et la valorisation du patrimoine. Dans la vallée des Aït Bouguemez, il semble que les premiers à avoir porté de l'intérêt au patrimoine sont les touristes-randonneurs et les acteurs du PHAC, experts étrangers et administrateurs marocains, dans les années 1980-1990. Dans les années 2000, l'impulsion à la première mise en valeur du patrimoine architectural puis des savoir-faire paysans et artisanaux est donnée par des acteurs externes, les voyagistes dits durables. Elle est effectivement réalisée par des acteurs touristiques locaux : guides, propriétaires de gîtes, associations, coopératives. Le processus est assez proche dans l'Ourika, à la différence près que les acteurs locaux jouent un rôle d' « ancreurs » nettement moins important. Dans cette vallée encore plus

[110] Ils citent la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones (2007).
[111] Au sein de l'Instance permanente sur les questions autochtones créée au Conseil économique et social de l'ONU à New York et du Mécanisme d'expert des peuples autochtones au Haut-Commissariat aux Réfugiés à Genève.
[112] Comme j'ai pu le faire avec Pierre-Antoine Landel et Laurent Gagnol dans un article à paraitre en 2014 dans la Revue de géographie alpine.

anciennement touristique, c’est l’arrivée récente d'acteurs touristiques « externes » (des français ou des marocains qui habitent en ville) qui a permis de faire des savoir-faire paysans et artisanaux des patrimoines. De même, dans la vallée du Zat, les « inventeurs » sont des acteurs externes, des voyagistes étrangers et des personnes qui habitent à Marrakech, et le processus d’ancrage est embryonnaire : les acteurs touristiques locaux commencent tout juste à s’emparer du patrimoine.

Dans la région de Taliouine, le processus est quelque peu différent, puisque ce n’est pas l’activité touristique mais l’activité agricole qui est à l’origine de la patrimonialisation, de la revalorisation du produit du terroir désormais emblématique de la région, le safran. L’acteur « inventeur » de cette ressource est un acteur externe, l’ONG Migrations et Développement (MD) qui, surtout à partir du début des années 2000, s’est efforcée de relancer la culture du safran pour en faire une nouvelle activité génératrice de revenus. Pour ce faire, elle a incité les producteurs locaux à se sont regrouper en coopératives – parfois féminines – au niveau des villages, et à se rassembler dans des Groupements d’Intérêts Economiques. Ce n’est que récemment que l’ONG s’est emparée du tourisme, en développant le réseau d’auberges avec les migrants et les associations villageoises. Cette activité constitue alors un nouveau moyen de valoriser une ressource déjà révélée. Les acteurs « ancreurs » sont des acteurs locaux (coopératives, associations), dont les capacités ont été renforcées par MD, et les acteurs touristiques sont un type d’acteurs « ancreurs » parmi d’autres. Dans certains villages, leur rôle d’« ancreurs » a été plus important : à Tagmoute, la coopérative a été créée dans le sillage de l’auberge.

On voit donc, au-delà de la différence entre projets patrimoniaux et projets militants, se dessiner des trajectoires différentes selon les espaces touristiques, selon le rôle qu’a joué le tourisme dans la valorisation des spécificités locales. Dans la majorité des cas, le patrimoine n’existe pas en tant que tel avant le tourisme, car c’est lui qui incite à réfléchir au contenu des appartenances communautaires et au choix des objets et des pratiques qui les reflètent. Mais ce n’est pas toujours le cas. A Taliouine, la revitalisation de pratiques agricoles par une ONG est le vecteur de la patrimonialisation. En revanche, dans la majorité des cas, ce processus est lié, au départ, à des regards extérieurs.

Conclusion

Dans ce chapitre, j'ai montré que l'émergence de projets de tourisme « alternatif » se comprend en référence au rejet, qui est celui de leurs responsables, des offres dominantes jusque-là dans les Atlas, auxquelles ils reprochent de ne pas valoriser les spécificités naturelles et culturelles des montagnes, voire de les détruire. Pour contrer les effets jugés délétères de ces offres, ils entendent mettre en avant les identités collectives qu'ils présentent comme étant celles vécues par les montagnards au quotidien. Ce travail s'inscrit dans le cadre de leur effort pour ancrer leurs projets dans des territoires, dans le cadre de stratégies visant à faire en sorte qu'ils aient de véritables retombées socioéconomiques pour les territoires de montagne, qu'ils renforcent les acteurs locaux et qu'ils permettent de revitaliser des sentiments d'appartenance communautaires. Leurs efforts de branchement sont à comprendre comme des tactiques qui servent ces stratégies d'ancrage. Si les acteurs du tourisme « alternatif » ont des points communs, dans leur profil et dans leurs parcours de vie et d'engagement dans l'activité touristique, les acteurs « patrimoniaux » et les acteurs « militants » se différencient par leurs prises de positions politiques, les objectifs politiques, différenciés, qu'ils poursuivent dans leurs projets, et les moyens qu'ils utilisent pour les poursuivre (branchement sur des réseaux différenciés, mobilisation d'identités différentes, choix d'objets parfois différents, et, surtout, manière de les envisager et de les présenter différente).

Pour conclure, on peut revenir à la question de savoir comment les acteurs du tourisme « alternatif » se positionnement par rapport aux imaginaires touristiques hérités de la période coloniale, pour évaluer le caractère novateur de leurs offres, et se demander si cette différenciation des acteurs touristiques militants par rapport aux autres acteurs du tourisme patrimonial a des répercussions sur leur positionnement sur ces identités sociales héritées. Ces positionnements semblent particulièrement complexes :

D'un côté, les porteurs des projets patrimoniaux et militants s'efforcent de contrer la folklorisation des identités par le tourisme, que ce processus soit lié à la persistance d'imaginaires coloniaux ou non. Dans cette perspective, ils s'opposent à l'adoption de référents identitaires jugés simplificateurs et s'efforcent de valoriser les identités berbères/*amazighes* vivantes et vécues, dans leurs nuances et leur complexité. Quelques acteurs adoptent une démarche explicitement postcoloniale. Le projet de l'Ecomusée berbère de l'Ourika est de rendre le patrimoine berbère marocain aux Marocains, de ramener les fonds de photographies et les films qui disent quelque chose des identités berbères passées

au Maroc (des fonds qui étaient restés en France depuis la période coloniale) et de les y montrer. D'autres encore, dans une démarche explicitement militante, entendent dépasser les imaginaires coloniaux en valorisant le patrimoine précolonial de la tribu, dans une stratégie de re-patrimonialisation endogène.

D'un autre côté, les acteurs réutilisent, réinvestissent les imaginaires touristiques hérités de la période coloniale. Chez les acteurs du tourisme patrimonial comme chez les militants, les référents « berbère » et « montagnard » sont mobilisés ensemble. Ce couplage renvoie à la période coloniale, durant laquelle a été établie l'équivalence entre des espaces montagnards difficiles d'accès et un mode de vie spécifique, entre les traits attribués au Berbère -la fierté, la bravoure, la témérité- et la rudesse du milieu montagnard. Par ailleurs, on observe dans leurs discours la permanence de certains motifs coloniaux (l'image de sociétés « préservées », prémodernes). On note aussi la permanence d'une rhétorique qui fait écho à la période coloniale, une rhétorique de « l'authenticité », opposant radicalement la culture berbère à la culture des touristes.

Le tourisme « alternatif » se base donc en partie sur des imaginaires touristiques hérités de la période coloniale, comme le font les acteurs du tourisme classique. On le voit particulièrement dans les brochures touristiques. Cette résistance correspond à la nécessité pour les acteurs d'attirer une clientèle, dont l'imaginaire est imprégnée d'images construites à la période coloniale. Mobiliser ces images permet de les rassurer. La communication touristique n'a pas pour autant tout à fait raison de la complexité : celle-ci apparaît, bien plus que dans les brochures touristiques, à travers les récits que livrent les acteurs aux touristes en direct. Sur place, les imaginaires touristiques sont retravaillés, reformulés par les acteurs alternatifs et utilisés dans des stratégies propres, aux multiples facettes.

Partie 4.
Négocier les identités et les territorialités collectives

Chapitre 7. La négociation des identités entre acteurs touristiques

Dans cette quatrième partie, l'objectif est d'analyser les jeux d'acteurs qui sous-tendent la mise en tourisme des identités. En effet, ce processus fait naître des tensions, et parfois des conflits, entre les acteurs qui en sont parties prenantes: les porteurs des projets qui produisent un discours sur les identités doivent négocier celles-ci avec les autres acteurs touristiques (chapitre 7), les autorités (chapitre 8) et les acteurs locaux concernés par ce processus (chapitre 9). Ces conflits se comprennent dans le cadre des rapports sociaux de pouvoir qui structurent la société d'accueil. La patrimonialisation fonctionnerait comme un révélateur des conflits entre les acteurs. Ceux-ci s'efforcent de faire évoluer les rapports de pouvoir de façon à ce qu'ils jouent en leur faveur. Il convient de décrypter les rapports de pouvoir qui se jouent et rejouent, et d'évaluer le poids des acteurs « alternatifs » dans ces conflits, pour être en mesure, *in fine*, d'analyser comment ils recomposent les identités collectives.

En arrière-plan de ce questionnement sur la manière dont les acteurs en présence négocient les identités et sur les rapports de pouvoir qui sous-tendent ces négociations, se pose la question de la délimitation des groupes d'acteurs en présence. Considérant que ces « groupes » et la manière dont ils sont délimités sont le produit des perceptions, des discours et des stratégies mises en œuvre par les acteurs concernés eux-mêmes, je m'efforce, dans toute cette partie, de comprendre par qui et comment ces délimitations sont réalisées et utilisées dans le cadre des négociations. La position constructiviste qui est la mienne ne m'empêche pas de considérer que les « groupes » ont une réalité : ils sont opérants lorsque tel groupe d'acteurs domine les jeux de pouvoir et impose sa représentation des autres groupes et leur délimitation. A l'inverse, les dissensions entre les acteurs présentés comme appartenant à tel groupe montrent à quel point ce groupe peut être artificiel ou sa constitution réelle inaboutie.

Pour mener à bien cette analyse, je m'inscris dans la lignée des recherches qui se sont attelées à dévoiler les ressorts politiques des discours identitaires et des conflits sur lesquels ils peuvent aboutir (Bayart 1996). Je m'inspire également de l'idée de Barth (1969) selon laquelle les groupes se construisent dans l'interaction

avec les autres et négocient en permanence leurs relations, et de la pensée de Bourdieu (1980), pour lequel le pouvoir dont dispose chaque groupe pour imposer sa définition de lui-même et des autres reflète les hiérarchies qui structurent une société donnée. Surtout, ma réflexion prend appui sur les théories postcoloniales et subalternes : elles m'invitent à comprendre les identités revendiquées par les acteurs touristiques comme négociées dans le cadre de rapports de force de type postcolonial qu'il s'agit de déconstruire. Enfin, je mobilise le champ des travaux qui analysent les conflits autour d'objets patrimoniaux comme des conflits d'identification participant à la création et au renforcement de groupes d'acteurs, et à la production des identités collectives et des territoires, symbolisés par les objets (Melé 2009 et Veschambres 2008).

Dans le chapitre 7, je me penche sur la façon dont les identités et les territorialités sont négociées par les acteurs touristiques en présence.

I. Des relations conflictuelles entre acteurs du tourisme « alternatif »

Le processus de mise en tourisme des identités fait l'objet de conflits ouverts entre les acteurs du tourisme patrimonial et les acteurs militants.

1. Des controverses entre acteurs patrimoniaux et militants

Décrypter les rapports de pouvoir

La plupart du temps, j'ai eu connaissance des désaccords existant entre certains acteurs parce qu'ils ont accepté de m'en rendre compte dans les entretiens que j'ai réalisés avec chacun. J'ai pu aussi observer la confrontation directe des points de vue divergents des acteurs au cours d'entretiens collectifs.

Organiser la réunion d'acteurs touristiques du Zat et de l'Ourika

Dans la vallée du Zat, où stratégies patrimoniales et stratégies militantes entretiennent des relations conflictuelles, j'ai organisé une réunion avec des acteurs du tourisme « alternatif » du Zat et de l'Ourika, en collaboration avec Emilien Perrier, étudiant en master qui effectuait lui aussi son travail dans le cadre du programme de recherche MIST-AA, sous forme de film. Au départ, l'idée de cette réunion vient de l'équipe de recherche. L'objectif était de susciter le débat sur les effets du tourisme sur la culture locale, et sur les formes du développement touristique à rejeter et à plébisciter à l'avenir, dans deux vallées qui en sont à des

moments différents de ce développement. La réunion visait à faciliter l'échange d'expérience entre les acteurs et éventuellement leur collaboration. Au plan de la recherche, elle visait à approfondir la compréhension des stratégies mises en œuvre par les acteurs et à saisir les jeux d'acteurs qui président à la mise en tourisme des identités.

Notre souhait était de rassembler des acteurs touristiques, intervenant d'une manière ou d'une autre dans l'une des deux vallées, de types variés. Pour que la réunion soit utile aux acteurs et favorise la concertation, nous voulions faire se rencontrer des acteurs qui n'en ont pas l'habitude, soit parce qu'ils appartiennent à des sphères socioprofessionnelles différentes, soit parce qu'ils ont des points de vue divergents, soit simplement parce qu'ils n'ont pas l'occasion de confronter leurs positions. J'avais donc contacté des acteurs institutionnels agissant à une échelle régionale ou provinciale (le représentant de la Délégation régionale du tourisme, le représentant de la Province chargé du tourisme et le représentant de la Délégation régionale de la culture) et locale (les présidents des Communes des deux vallées), des représentants des groupes professionnels du tourisme qui y travaillent (des représentants du bureau des guides de Setti Fatma) et des acteurs touristiques privés et associatifs : pour l'Ourika, le directeur du Jardin bio-aromatique, les directeurs de l'Ecomusée berbère, des membres de l'ABDBO, et pour le Zat, des membres de l'Association des Amis du Zat (AAZ), de l'association Sidi Ahmed el Wafi pour le développement et l'environnement (qui rassemble les propriétaires de boutiques et d'hôtels à la source thermale) et de l'association *amazighe* Yagour de développement. J'avais déjà interrogé tous ces acteurs auparavant. *In fine*, ceux qui ont accepté l'invitation et participé à la réunion étaient essentiellement des acteurs de la vallée du Zat, et des acteurs locaux, privés et professionnels (figure 55).

Type d'acteur	Nom et statut des participants
Acteurs touristiques du Zat	- Ahmed Bellaoui, président de la commune de Tighdouine et de l'AAZ - Mjid Mourad, guide de l'Association de l'AAZ - Ahmed Nassouh, employé communal et membre du bureau de l'AAZ - Mohamed Ait Aissa, fondateur et vice-président de l'association Yagour de développement - Mourad Lhoucein, président de l'association Sidi Ahmed el Wafi pour le développement et l'environnement
Acteurs touristiques de l'Ourika	- Khalid Ben Youssef, responsable de l'Ecomusée berbère de l'Ourika - Saïd Aozou, guide employé à la Maison de la photographie (Marrakech), structure partenaire de l'écomusée
Chercheurs	- Saïd Boujrouf (professeur à l'université de Marrakech, animateur) - Bernard Debarbieux (professeur à l'université de Genève) - Mari Oiry-Varacca (doctorante, Marrakech et Genève, rapporteuse) - Emilien Perrier (étudiant, Genève, film) - Latifa Iazza (doctorante, Marrakech, traductrice) - Abdelkébir Ait Sid Ali (doctorant, Marrakech, traducteur)

Figure 55 : participants à la réunion d'acteurs organisée le 12 avril 2011 à Tighdouine.

L'idée a pu être mise en œuvre grâce au relais que constitue Ahmed Bellaoui : à la fois président de la commune de Tighdouine, président-fondateur de l'AAZ et professeur de géographie à l'université de Marrakech en retraite, il a vu dans notre proposition une occasion de dialoguer entre acteurs touristiques de la région, et il a apporté son soutien à notre initiative en nous aidant à organiser la réunion. Celle-ci a eu lieu dans une salle de la commune.

S'efforcer de ne pas accentuer les rapports de pouvoir

Pour favoriser la prise de parole de tous dans un contexte où les acteurs auraient pu être mal à l'aise, la réunion ayant été organisée par des chercheurs avec l'aide du président de la commune et étant filmée, nous avons fait en sorte que les participants prennent place autour d'une table ronde. Pour que les acteurs locaux puissent choisir de parler dans la langue de leur choix, nous avons demandé à des doctorants partie prenante du projet de recherche de traduire l'arabe ou le *tamazight* pour les chercheurs francophones. Cela nous paraissait primordial pour que chacun puisse s'exprimer avec précision. Pour ne pas que les discussions soient trop orientées par les chercheurs et laisser aux acteurs la possibilité de s'exprimer

le plus librement possible, il avait été décidé de faire en sorte que les interventions des chercheurs servent à relancer le débat et, plus rarement, à émettre un avis ou à faire une proposition. Au début de la séance, un film d'une vingtaine de minutes, réalisé par Emilien Perrier, portant sur le tourisme dans le Zat et l'Ourika et présentant des modèles de développement différents, a été projeté, dans le but de faire réagir les acteurs les uns après les autres puis de lancer les débats. Si la réunion visait la conciliation, elle n'en a pas moins révélé les tensions existant entre les acteurs et les rapports de pouvoir qui sous-tendent celles-ci.

Derrière la mise en tourisme des identités, des idées politiques divergentes

Des mises en scène et en récit des identités différenciées…

Dans les débats, l'AAZ et l'association *amazighe* Yagour de développement se sont opposées sur le choix des objets à valoriser et la manière de les valoriser. Ahmed Bellaoui préfère se focaliser sur la culture matérielle et éviter d'organiser des *ahouach* spécialement pour les touristes, mettant en avant le risque de folklorisation d'une telle entreprise. Au contraire, Mohamed Aït Aïssa entend « ne pas réduire la culture à des objets » (C11FG1). Il trouve important de montrer *ahouach* aux visiteurs, parce que ces chants et danses constituent la manifestation la plus haute des identités *amazighes* vivantes. Selon lui, l'habillement, les instruments de musique, la manière de danser et de chanter révèlent l'âme d'une communauté locale : à travers le chant s'exprime, de manière poétique, ce qui fait la vie de la communauté au quotidien (à travers lui, les poètes colportent des informations sur la vallée, et dans le dialogue qui s'instaure entre des groupes de chanteurs sont mis en scène des conflits locaux). Il propose d'inviter les touristes à planifier leur séjour lorsqu'un *ahouach* est déjà prévu et, pour qu'ils en comprennent toute la portée, de les accompagner pendant l'*ahouach* et de leur donner des explications détaillées sur le sens des paroles dites et des gestes effectués. Il propose également d'organiser un festival culturel dans la vallée du Zat, d'abord pour les habitants mais aussi pour les touristes, nationaux et internationaux. Selon lui, la folklorisation des *ahouach* peut être évitée en faisant en sorte qu'ils restent des événements organisés par et pour les populations locales. Pour lui, le soutien aux pratiques culturelles locales est un préalable à leur mise en tourisme, et le tourisme doit être un moyen de renforcer la fierté qu'ont les populations de ces pratiques. Pour l'AAZ, le tourisme doit, en priorité, servir de levier de développement socioéconomique et de protection de l'environnement.

… qui révèlent des opinions politiques différentes

Ces discussions autour de l'*ahouach* révèlent des conceptions différentes des identités marocaine et amazighe, qui sous-tendent des opinions politiques divergentes. Pour le président de l'AAZ, le terme d'« identité *amazighe* est à éviter car il a une consonance politique. Il sous-entend des affrontements entre identités marocaines, arabes, berbères, alors qu'elles sont indissociables. Et puis, personne ne peut être sûr qu'il a du sang purement *amazigh* ». Pour lui, l'identité doit être un outil au service du développement et non d'un objectif politique, qu'il trouve illégitime car menaçant l'unité nationale. En donnant une définition de l'identité comme la transmission du sang, il cherche à discréditer les revendications *amazighes* en montrant qu'elles sont basées sur une conception raciale raciste de la société marocaine.

Le fondateur de l'association Yagour de développement oppose à cette vision une conception qui se veut non essentialiste de l'identité *amazighe*, pour montrer qu'elle ne remet pas en question l'unité de la Nation. Il mobilise l'argument historique dans un autre sens : pour lui, l'identité *amazighe* constitue le substrat de l'identité marocaine, elle-même étant comprise dans une identité autochtone pan-*amazighe* à l'échelle de l'Afrique du Nord, antérieure à l'identité panarabe. Dans un entretien mené avec lui après la réunion, il s'insurge contre l'idéologie « pan-arabiste » du président de la commune, définie comme telle car il appartient à un parti politique relayant, pour lui, la voix du Makhzen, c'est-à-dire de l'appareil d'Etat. Il lui reproche d'adopter une telle idéologie pour pouvoir briguer un poste de parlementaire.

Un débat dominé par des rapports de pouvoir sous-jacents

Ces deux prises de position sont à comprendre comme s'inscrivant dans des stratégies différenciées : chacun mobilise une conception de l'identité qui lui permet de défendre son opinion politique. Elles se comprennent également dans le cadre de rapports de pouvoir. L'observation, durant la réunion, des manières de se comporter et de s'exprimer des participants, de leur façon d'occuper l'espace sonore et physique, a révélé une opposition entre un acteur dominant, Ahmed Bellaoui, disposant d'un capital socioculturel et politique important, et les autres acteurs, qui disposent d'un moindre pouvoir. Les tensions existant entre Ahmed Bellaoui et Mohamed Aït Aïssa se comprennent également dans le cadre d'une relation hiérarchique enseignant-étudiant : le second a été l'élève du premier, à l'université, et ils avaient déjà eu, à ce moment-là, des différends sur l'amazighité.

2. Les acteurs du tourisme patrimonial du conflit au dialogue

Le développement d’une offre touristique alternative est freiné, dans la vallée du Zat, par les difficultés des acteurs du tourisme patrimonial et militant à collaborer. Surtout, là comme ailleurs dans les Atlas, il est freiné par des dissensions entre acteurs du tourisme patrimonial. La mise en tourisme des identités constitue l'un des motifs de désaccord.

Localement, des conflits larvés

En premier lieu, les tensions entre les membres d'une même association sont fréquentes. Par exemple, à l’AAZ, Mjid Mourad, le guide, voudrait que les touristes qu’il accompagne puissent assister à des *ahouach*, car il pense que cela peut enrichir leur connaissance de la société locale. Il reproche au président de l'association de ne pas vouloir engager un dialogue plus étroit avec les autres acteurs touristiques du Zat et de l'Ourika, avec les associations des villages dans lesquels ont été bâtis les gîtes et avec celles qui sont intéressées par le développement d'une activité touristique en lien avec l'AAZ. Ces acteurs pourraient être un relais pour montrer des types de patrimoines plus variés, durant les séjours proposés par l'AAZ.

En second lieu, les acteurs du tourisme patrimonial critiquent constamment les projets mis en œuvre par les autres. Dans l'Ourika, le jardin bio-aromatique est critiqué par les responsables de l'ABDBO comme un projet commercial, sans véritable dimension culturelle, visant à commercialiser des produits de bien-être avant de rechercher la valorisation de savoir-faire. Ils critiquent également l'Ecomusée berbère: étant un projet privé et non pas associatif, monté par un Français, ils pensent qu'il ne peut pas valoriser correctement la culture de la vallée et être accepté pleinement par la population locale. Quant aux responsables de l'Ecomusée berbère, ils critiquent la Kasbah Omar, dans le village voisin. Khalid, en visitant avec moi son site Internet, dénonce la mobilisation de clichés (la référence aux « mille et une nuits »), les amalgames faits entre la culture berbère et la culture touarègue (avec le motif de la caravane de chameaux), l'absence de discours précis sur les spécificités culturelles de l'Ourika, et le décalage entre la proposition de découvrir la vie des berbères, présentée comme frustre, et le confort offert aux touristes.

Il est rare que ces critiques soient directement adressées aux responsables des projets mis en cause et qu'il y ait des conflits directs entre les acteurs du tourisme patrimonial. En effet, le plus souvent, ils ne connaissent pas personnellement les

projets qu'ils fustigent. Les critiques s'expliquent en partie par cette méconnaissance. Elles se comprennent aussi dans un contexte de concurrence économique (celui qui réussit, parvient à se constituer une clientèle, attire les jalousies), de tension sociale (elles sont le reflet de querelles entre familles ou entre villages, liées à des enjeux électoraux ou à des conflits autour des ressources naturelles, par exemple des rivalités pour le contrôle de l'eau, opposant le village en amont et le village en aval) et de concurrence politique, pour accéder au pouvoir : certains acteurs du tourisme patrimonial sont ou ont été impliqués dans un conseil municipal et/ou sont membres de partis politiques. Ils sont parfois accusés par les autres d'utiliser le tourisme à des fins politiques, comme un moyen de gagner en visibilité.

Les tentatives de coordination

A l'échelle locale : collaborations informelles, coopératives et associations

Conscients que les tensions qui existent entre eux risquent de compromettre leurs projets, et souhaitant rendre plus visible et plus cohérente l'offre de tourisme « alternatif », les acteurs, à l'échelle locale, s'efforcent de travailler davantage ensemble. Ils constituent parfois des associations qui réunissent des acteurs aux projets et professions divers développant tous un projet touristique autour du patrimoine, dans un territoire donné.

Dans l'Ourika, quelques acteurs (l'Ecomusée berbère et le Jardin de Timalizene) m'avaient dit leur volonté de se renvoyer plus systématiquement des clients et de prendre contact avec l'ABDBO, le Jardin bio-aromatique et l'Ecomusée des oliviers, afin de constituer une plateforme Internet présentant les initiatives patrimoniales du bas de la vallée. Le projet - déjà limité spatialement et par le faible nombre d'acteurs qu'il entendait regrouper - a tourné court, à cause de la fermeture du Jardin de Timalizene et de l'Ecomusée de l'olivier, en 2012, suite à des difficultés financières.

Dans la vallée du Zat, la réunion d'acteurs que nous avions organisée à Tighdouine constitue une tentative de coordination des acteurs. Elle a débouché sur des propositions d'actions communes : réalisation d'un festival culturel autour d'*ahouach* qui seraient proposées par les troupes des villages et par une troupe de la vallée, montée par les différents associations ; revitalisation du *moussem* de Sidi Ahmed el Wafi, le saint local dont le marabout est situé près de la source thermale ; réalisation d'un festival de la transhumance commun à la vallée du Zat et à la vallée de l'Ourika. Cette volonté de collaborer n'a pourtant pas abouti : depuis avril 2011, il n'y a eu ni nouvelle réunion de travail ni action concrète.

Dans les Aït Bouguemez, depuis la fin des années 1990, il existe un grand nombre d'associations de développement qui font du tourisme l'une de leurs priorités et agissent à l'échelle de la vallée, de l'Association Aït Bouguemez pour la Coopération et le Développement (la première, désormais moribonde) à l'association des Amis des Aït Bouguemez et à l'association Renaissance des Aït Bouguemez, la plus active. Cette floraison est sous-tendue par un climat de concurrence entre associations, qui ne favorise pas les collaborations. Mais depuis quelques années, la mise en place d'une coopérative réunissant les acteurs touristiques de la vallée et au-delà est en cours de réflexion. Cette « Coopérative Haut Atlas de tourisme solidaire » réunirait dans un premier temps les propriétaires des gîtes de la vallée des Aït Bouguemez et des vallées voisines (Aït Bououlli et Zaouiat Ahançal) qui travaillent dans un esprit de tourisme solidaire. L'initiative vient de guides propriétaires de gîtes partenaires de voyagistes membres de l'ATES, et souvent adhérents aux associations locales précédemment citées. Elle aurait pour objectif de fédérer les acteurs et de coordonner leurs projets, afin de ne pas proposer des offres trop similaires, tout en partageant des compétences : l'une des idées est que les adhérents de la coopérative proposent, à tour de rôle, des ateliers organisés pour plusieurs groupes de touristes. Cela permettrait de faire revivre des savoir-faire variés (architecture, tissage, cuisine, *etc.*). La structure pourrait, dans un second temps, accueillir d'autres acteurs du tourisme (représentants de coopératives, d'associations, guides, *etc.*). L'association Renaissance des Aït Bouguemez a un projet de « maison des associations », qui pourrait abriter la coopérative.

A Taliouine, depuis 2011, a été créée l'Association Taliouine pour le Développement Touristique (ATDT). Elle réunit 26 aubergistes et propriétaires de chambres d'hôtes, bazaristes, muletiers et guides. Elle vise à renforcer les synergies entre les acteurs et à constituer un interlocuteur reconnu des autorités, dans le but de structurer les offres touristiques de la région, autour d'une image de qualité du territoire, en lien avec les autres acteurs économiques locaux (l'association va adhérer au Forum des Initiatives Locales, une association rassemblant les acteurs du développement de la région). Cependant, d'après les dires de différents adhérents, peu d'actions communes ont été décidées et mises en œuvre depuis la création de l'association.

Les acteurs qui proposent une vision alternative du tourisme peinent donc à coordonner leurs initiatives à l'échelle locale. La création d'associations transversales reste une initiative rare et le fonctionnement effectif de celles-ci est difficile.

A l'échelle nationale : des réseaux qui se tournent le dos

Certains acteurs du tourisme patrimonial essaient en parallèle et de manière complémentaire d'établir du lien entre eux à l'échelle nationale. Ont été constitués deux réseaux, le Réseau de Développement Touristique Rural (RDTR) et le Réseau marocain d'écotourisme solidaire (RMES), qui se tournent le dos.

Le premier, créé en mai 2011 et présidé par Hassan Aboutayeb (propriétaire de la Kasbah Atlas, près d'Agadir), rassemble des acteurs touristiques privés à l'échelle de la région du Souss Massa Draa. En juin 2011, au moment de l'entretien avec le président, le réseau rassemblait 19 membres, essentiellement basés dans la région d'Agadir. Il est soutenu par le Conseil régional du Souss Massa Draa, les Conseils provinciaux du tourisme de la région et la Délégation régionale du tourisme d'Agadir. Il joue la carte de la reconnaissance institutionnelle, seul moyen, pour son président, de faire entendre la voix des acteurs touristiques. Le projet est de montrer qu'il est possible de coordonner les acteurs du tourisme rural à l'échelle des régions, pour ensuite étendre le réseau à l'échelle du Maroc. Le réseau vise à faire du tourisme un levier de développement pour les espaces ruraux et à faire en sorte que le tourisme rural constitue une alternative au tourisme balnéaire. Pour y parvenir, il est envisagé de mettre en place un plan d'action pour le tourisme rural, qui prenne notamment en charge les questions de la promotion et de la formation, et des circuits thématiques, à l'échelle régionale.

Pour Annie Lauvaux, membre fondateur du RMES, le RDTR ne saurait faire du tourisme un levier de développement local car il est trop éloigné des habitants et de leurs représentants, parce qu'il travaille principalement avec des acteurs institutionnels. Elle estime de plus que l'échelle des régions administratives est inadaptée pour valoriser un patrimoine emblématique d'identités vécues, car elle ne correspond justement pas à un territoire que les populations se sont approprié. Au contraire, les membres du RMES (constitué à l'automne 2010 par une douzaine de guides, de propriétaires de gîtes et d'associations répartis dans tout le territoire marocain, essentiellement dans des espaces ruraux mais aussi en ville) voient dans ce réseau un lieu destiné au partage de leurs réflexions sur les relations qu'ils essaient de tisser avec les habitants et les structures locales, sur la façon de mieux ancrer leurs projets localement, et sur la manière de valoriser les identités des territoires tels qu'ils sont vécus.

Ces deux réseaux sont emblématiques de manières différentes de concevoir la mise en réseau des acteurs du tourisme patrimonial, tant au plan des

collaborations à mettre en œuvre que des territoires et des identités à valoriser, et de la difficulté de leur coordination.

Les associations professionnelles de propriétaires de gîtes et de guides

D'autres types de collaboration sont envisagés : à l'échelle locale et aussi, depuis peu, à l'échelle nationale, naissent des associations rassemblant les acteurs touristiques d'une seule profession touristique (propriétaires de gîtes d'un côté, guides de l'autre).

Dans la vallée des Aït Bouguemez, les propriétaires de gîtes essaient, depuis le milieu des années 2000, de travailler ensemble. Certains sont rassemblés dans l'association Tarkdit. Elle vise à mettre en place des solidarités, par exemple pour valoriser des objets patrimoniaux (tels que les greniers) qui ne peuvent l'être qu'avec un investissement important en temps et en argent. Son président fondateur, Mohamed Imharken, et d'autres gîteurs interrogés, regardent cette expérience comme un échec : sur la quarantaine de propriétaires de gîtes de la vallée, jusqu'à 32 ont adhéré à l'association, les meilleures années, mais seuls quelques-uns viennent régulièrement aux réunions. Quasiment aucune action collective n'a été mise en œuvre. Cela s'explique par le manque d'implication des propriétaires, qui restent focalisés sur leur propre projet ou ont peur de se mettre à dos les autorités, par la diversité des statuts et des identités professionnelles (ceux qui sont seulement propriétaires de gîtes, ceux qui sont aussi guides, ceux qui sont aussi paysans), qui n'inciterait pas au dialogue, et par le fait que certains préfèrent jouer la carte institutionnelle et adhérer aux associations d'hôteliers considérées par les autorités régionales et provinciales comme leurs interlocuteurs officiels. De même, plusieurs tentatives pour créer un bureau des guides ont échoué. Cela s'explique, d'après les guides interrogés, par des rivalités d'ordre économique, social (concurrence entre familles et entre villages) et politique (désaccords électoraux), mais aussi par des différences de génération opposant parfois les guides qui ont été formés par les coopérants français, qui sont des montagnards, et les guides des promotions suivantes, parfois d'origine urbaine (ce qui n'est pas sans déplaire aux premiers), et par des tensions entre les guides salariés qui travaillent pour une agence étrangère ou basée à Marrakech, qui ont une situation plus stable, les guides indépendants et les guides-gîteurs, qui considèrent que les premiers sont moins aptes qu'eux à guider un groupe dans la région où ils ont monté leur gîte, qu'ils connaitraient mieux qu'eux.

Dans l'Ourika, le bureau des guides, installé à Setti Fatma depuis 2001, rassemble la majorité des guides de la vallée, mais ceux-ci sont bien moins nombreux que dans

la vallée des Aït Bouguemez et il est rare qu'ils soient sur place, car ils travaillent pour des agences. Selon l'un de ses guides adhérents, Hassan Aït Brahim, le bureau vise à donner une information claire aux touristes et à lui proposer des prestations de qualité, alors qu'ils sont sollicités en permanence par des guides non diplômés. Cela ne suffit pourtant pas à faire travailler les diplômés, parce que « tout le monde fait le guide sauf le guide » (C3E6), et que Setti Fatma est encore trop peu connue des touristes comme étant le point de départ d'intéressantes randonnées.

Les difficultés rencontrées par les acteurs du tourisme pour se rassembler par profession à l'échelle locale expliquent en partie le succès du Syndicat National des Guides de Montagne Marocains (SNGMM), né officiellement le 24 janvier 2010[113] : la réunion constitutive, qui s'est tenue en septembre 2009 à Marrakech, a rassemblé plus de 60 guides. En mai 2011, le syndicat comptait 240 adhérents sur 450 guides officiels qui exercent effectivement. Pour son président Lhussein Tamarart, le syndicat à vocation à renforcer l'identité professionnelle des guides, à instaurer un « esprit de corps » (C12E4) qui les pousse à défendre leur profession, qu'ils estiment en danger, menacée par une loi qui les protège mal des abus des voyagistes, ne leur donne aucune couverture sociale et ne leur permet pas de cotiser pour leur retraite. Il vise de plus à renforcer les capacités des guides, en permettant l'échange d'expérience entre eux, l'ouverture de nouveaux itinéraires et circuits (qu'ils pourraient ensuite commercialiser eux-mêmes) et en proposant des formations continues. Sont notamment prévues des formations sur le patrimoine, de façon à ce que les guides soient plus à même de le valoriser, alors que ce type de formation manque au CFAMM.

La coordination entre les acteurs du tourisme patrimonial est donc récente et inachevée. Elle accompagne des tentatives de coordination des acteurs touristiques par profession, elles aussi chaotiques. Malgré tout, un processus de fabrication d'identités professionnelles des acteurs touristiques, dans les montagnes, est bien en cours. Il est à mettre en rapport avec le processus de mise en tourisme des identités : la valorisation du patrimoine fait partie des mots d'ordre de toutes les associations professionnelles, y compris celles qui ne regroupent pas seulement des acteurs qui revendiquent le caractère alternatif de leur projet. Ce processus, bien que sous-tendu par des rapports de pouvoir, est à l'origine de l'ouverture d'un dialogue entre les acteurs touristiques locaux.

---

[113] Pour l'histoire de la constitution de ce syndicat, je m'appuie sur des entretiens que j'ai conduits avec Abdouh Abderrahim (C7E12), membre fondateur, et avec Lhussein Tamarart (C12E4), président fondateur. Les analyses que j'en fais rejoignent celles d'A. Charbonnier (2011).

II. Stratégies patrimoniales contre stratégies commerciales

Les acteurs touristiques locaux se retrouvent dans la dénonciation des projets qu'ils considèrent comme « commerciaux », selon le terme qu'ils utilisent.

1. Négocier avec les autres acteurs touristiques locaux

Nombreuses et fréquentes sont les frictions entre, d'un côté, les responsables des projets « alternatifs » et, de l'autre côté, ceux qu'ils appellent les « faux guides » parce qu'ils n'ont pas de diplôme, les conducteurs de taxis qui n'emmènent leurs clients que dans les endroits où ils touchent une commission, et les propriétaires de bazars. Les premiers accusent les autres d'accaparer la clientèle, de tenir un discours caricatural et mensonger sur l'identité berbère et d'en faire un simple argument commercial, sans pour autant valoriser les spécificités locales, et sans se préoccuper de la qualité des offres proposées aux touristes.

Le cas du site de la source thermale, dans la vallée du Zat, est emblématique de ces conflits qui opposent les tenants des stratégies patrimoniales aux stratégies commerciales. La réunion d'acteurs organisée à Tighdouine a été l'occasion de les observer, comme le montre cet échange entre Ahmed Bellaoui et Mourad Lhoucein, président de l'association des propriétaires au site de la source :

> - Ahmed Bellaoui : « au niveau de l'association, les recettes ne nous intéressent pas. Les recettes, pour nous, c'est vraiment la dernière des choses à laquelle on pense. Nous on pense à la qualité du tourisme. Nous, on veut qu'il y ait un tourisme maîtrisé, qui respecte l'environnement et la culture des gens. Je sais que c'est pas facile, mais nous on le fait, parce qu'on refuse des gens. On leur dit « non, on s'excuse ». Mais vous, vous pouvez pas dire « non », c'est impossible. Et donc c'est pas parce qu'on s'entend pas, non, c'est deux philosophies différentes. C'est deux logiques différentes. Vous avez une logique commerciale et nous on a une logique non commerciale ».
> - Mourad Lhoucein : « je suis d'accord, mais moi je suis contre le touriste qui vient à Tighdouine sans dépenser de l'argent, sans que les habitants en profitent. Si les touristes viennent juste pour faire une promenade et partir, c'est pas intéressant pour la vallée ».

Le second intervenant soutient le développement d'un tourisme susceptible d'apporter quelques revenus et emplois, quitte à accepter et tenter de gérer les inconvénients liés à la venue d'un nombre important de touristes. Le premier

intervenant critique la difficulté de l'association des propriétaires à gérer ces inconvénients. Pour lui, tandis que le type de tourisme proposé par l'AAZ, avec de petits groupes d'étrangers, respecterait et valoriserait l'identité locale, à la source, l'absence de contrôle des flux touristiques par l'association des propriétaires serait responsable de dégâts écologiques et culturels. Selon lui, le tourisme national de masse a fait du site un lieu de défoulement et de prostitution où l'identité locale n'est pas respectée. De plus, il considère comme beaucoup trop restrictif ce qui est donné à voir de cette identité, à travers la vente de quelques plantes aromatiques de la vallée, de bidons d'eau sur lesquelles les inscriptions sont écrites en arabe et en dialecte amazigh (figure 56) et, surtout, de « pacotille » fabriquée à Marrakech. Enfin, Bellaoui pense qu'il est impossible de dialoguer avec une association de propriétaires qui ne voient que l'intérêt de leur *lobby*, et dans laquelle seul le président, selon lui, pense à l'intérêt général.



Figure 56 : bidons vendus à la Source (avril 2010).

Ici, le rapport de force local est défavorable au président de l'association des propriétaires, comme il l'était pour le président de l'association *amazighe*. Mais, pour autant, Ahmed Bellaoui, en tant que président de l'AAZ, dispose de peu de moyens pour faire pression sur les propriétaires (et, en tant que président de la Commune, son rayon d'action est plus réduit qu'on pourrait le penser, je vais le montrer dans le chapitre suivant). La plupart du temps, comme dans le conflit évoqué ici, les acteurs du tourisme patrimonial sont impuissants face aux acteurs des stratégies commerciales.

2. Négocier avec les voyagistes

La mise en tourisme des identités fait également l'objet de négociations entre les acteurs du tourisme patrimonial et les voyagistes étrangers et marocains. Les premiers adoptent des stratégies variées vis-à-vis des seconds et des discours sur les identités qu'ils véhiculent.

Jouer la carte des tour-opérateurs

Certains jouent la carte des TO étrangers, en recherchant les partenariats avec eux, comme le font les responsables du Jardin bio-aromatique de l'Ourika. Ils considèrent qu'en accueillant régulièrement des groupes importants, ils obtiennent des revenus leur permettant de créer de nombreux emplois locaux, ce qu'ils ne pourraient faire s'ils dépendaient des chauffeurs de taxi, qui demandent des commissions exorbitantes, ou s'ils devaient rechercher eux-mêmes leur clientèle. Les TO sont ainsi présentés comme le moyen de faire du tourisme un levier de développement socioéconomique local. Ils justifient ces collaborations également par le fait qu'elles leur permettent de faire évoluer les représentations des visiteurs. Si l'on veut montrer les multiples facettes des identités locales, il convient de travailler avec les acteurs touristiques les plus puissants (et la majorité des touristes, à l'Ourika, viennent par l'intermédiaire de TO).

Résister aux tour-opérateurs en se syndiquant

D'autres acteurs estiment qu'ils sont exploités par les TO et veulent leur tenir tête. C'est ainsi qu'un conflit opposant des guides à un voyagiste étranger a débouché sur la constitution du Syndicat National des Guides de Montagne Marocains (SNGMM) en janvier 2010, comme me le raconte son président, Lhussein Tamarart (C12E4). Après que Terre d'aventure eut licencié trois guides, sans raison jugée valable, 18 autres guides travaillant pour la même agence ont démissionné, par solidarité. Rapidement, en même temps qu'était constitué le syndicat, les guides ont porté leurs revendications auprès des institutions, pour faire pression sur les tour-opérateurs en général et demander à ce que la loi les protège davantage. Ainsi, ils ont demandé une audience au ministère du Tourisme, restée sans réponse. Pour faire connaitre leurs revendications, ils ont manifesté à Marrakech le 3 février 2011 puis le 1er mai de la même année.

Ils reprochent aux tour-opérateurs, y compris aux agences labellisées Agir pour un Tourisme Responsable, comme Atalante, Allibert, Terre d'aventure et Club aventure, d'adopter une rhétorique alternative qui relève de la stratégie marketing.

Ils leur reprochent d'exploiter le personnel qu'ils emploient localement, alors qu'ils affirment les rétribuer équitablement. Ils s'estiment mal rémunérés et rémunérés systématiquement en retard. Ils considèrent que les agences récompensent mal leur travail, alors que c'est le guide qui, selon eux, fait toute la réussite d'un séjour. Ils souhaitent un salaire minimum, alors qu'ils touchent un salaire qui varie suivant leur ancienneté, les langues qu'ils parlent, le type de séjour et le nombre de personnes. Ils revendiquent des statuts moins précaires, alors que les agences, au lieu de salarier leurs guides, emploient de plus en plus souvent des guides indépendants et non diplômés, dans un contexte où les agences, suite à leur cotation en bourse, cherchent systématiquement à baisser leurs coûts. Ces reproches sont le fait des guides, mais, dans les entretiens, j'ai pu constater que les propriétaires de gîtes souscrivaient à ces reproches, s'estimant également exploités par les agences.

Guides et propriétaires de gîtes reprochent de plus à ces voyagistes de ne mettre que rarement en œuvre des projets de développement, en contradiction avec ce qu'ils annoncent à leurs clients, ou, quand ils le font, de ne pas suffisamment consulter les acteurs locaux. Ainsi, à Imelghas, dans la vallée des Aït Bouguemez, les responsables de Dar Itrane, partenaire d'Atalante, reprochent à son président d'avoir rénové le cimetière pour enfants et un marabout, sans être passé par la *jemaa* ou l'association locale. Cette absence de liens avec les structures locales conduirait à réaliser des projets mal acceptés par les villageois. Ils reprochent aussi à Atalante de privilégier la réalisation des projets visibles, afin de satisfaire les touristes qui auront participé à leur financement et de se faire de la publicité. De telles critiques sont remontées aux tour-opérateurs *via* le syndicat des guides.

Enfin, ils regrettent que les voyagistes, contrairement à ce qu'ils disent, valorisent peu le patrimoine, se préoccupent peu des identités locales et restent, dans les faits, peu soucieux de leurs impacts sur l'environnement naturel et culturel local. Ainsi, les guides ont reproché à Terre d'aventure de ne pas systématiquement ramasser les déchets du groupe et de laisser les touristes se comporter de façon choquante pour la population.

En 2011, un an après le conflit qui a accéléré la création du syndicat national des guides, ceux-ci regrettaient la quasi absence de réaction des autorités (j'y reviens chapitre 8). Ils restaient impuissants face aux voyagistes.

Collaborer avec des membres de l'ATES

Certains acteurs touristiques ont choisi d'établir des partenariats avec des membres de l'Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES), pensant travailler avec eux dans un esprit de collaboration permettant d'ancrer davantage leurs projets localement. S'ils se sentent moins exploités qu'avec les voyagistes classiques et ceux labellisés ATR, ils font aussi état des tensions qui président souvent à leurs relations.

Dans la vallée des Aït Bouguemez, les guides propriétaires de gîtes qui travaillent avec Vision du Monde et Arvel soulignent les limites de ces collaborations : prestataires, ils restent dépendants de ce réseau associatif. Pour réduire leur dépendance, ils cherchent à avoir plusieurs partenariats. Par exemple, Mohamed Outezdot, à Aït Ayoub, travaille avec Vision du monde et avec Accueil paysan, et a le projet de monter sa propre agence à Marrakech. Tous s'efforcent, en parallèle, de trouver eux-mêmes leur clientèle, en créant un site Internet, en installant des panneaux indiquant leur gîte et en faisant jouer leurs réseaux personnels, établis au fil des ans avec les touristes devenus amis ou *via* une épouse étrangère. De plus, ils estiment que la part solidaire reversée par ces voyagistes pour des projets de développement est insuffisante pour mener à bien de véritables projets, sur le temps long. En revanche, ils estiment que ces voyagistes leur laissent la latitude nécessaire pour valoriser les identités locales vécues.

Dans l'autre sens, les membres de l'ATES critiquent leurs partenaires marocains. L'association DEPARTS, membre de l'ATES, emmenait dans le Zat un groupe, deux fois par an, avec l'AAZ. Alors qu'elle organisait des voyages solidaires dans d'autres pays du monde depuis 2004, elle avait été séduite par le projet de l'AAZ, basé sur l'idée de réaliser des équipements communautaires dans les villages où avaient été installés les gîtes, avec la part solidaire reversée par l'AAZ aux associations villageoises. Mais depuis quelques mois, Félix Chabeau, accompagnateur à l'initiative de ce partenariat, a préféré le mettre en veille, parce qu'il estime que l'AAZ ne fait pas assez pour que le tourisme profite aux populations locales. Il lui reproche de trop peu collaborer avec les autres acteurs touristiques et de leur refuser l'accès aux gîtes de l'association, de ne pas dialoguer assez avec les associations villageoises et de n'être pas plus active dans la recherche de partenaires, ce qui fait qu'elle accueille un très petit nombre de touristes chaque année. Il regrette que le président de l'AAZ soit aussi président de la commune car cela engendre des conflits avec les responsables des associations villageoises qui n'ont pas voté pour lui. Cela gèle les projets de développement et empêche de

trouver des gardiens fiables pour les gîtes, ce qui permettrait d'accueillir des groupes emmenés par d'autres acteurs touristiques. Enfin, il observe un ralentissement dans la réflexion sur la façon de valoriser le patrimoine. S'il apprécie beaucoup le guide de l'AAZ, Mjid Mourad, il aimerait solliciter des habitants du plateau du Yagour, pour qu'ils racontent la vie sur le plateau, vie que Mjid, originaire du bas de la vallée, n'a pas connue lui-même. Il aimerait aussi permettre aux touristes d'assister à des *ahouach*. Félix espère, par la suspension du partenariat avec l'AAZ, faire réagir ses membres.

De même, les associations et voyagistes privés membres de l'ATES qui travaillent dans la vallée des Aït Bouguemez critiquent leurs partenaires locaux. Ils reprochent aux guides propriétaires de gîtes de ne pas suffisamment faire le lien avec les associations locales, à qui sont destinés les fonds solidaires payés par les touristes. Ils considèrent que ces associations sont souvent peu fiables car peu professionnelles. Ils relient cela au manque de moyens humains, au fait que les membres des associations sont le plus souvent des bénévoles qui n'ont pas reçus de formation pour réaliser des projets de développement. Ils sont réticents à travailler avec les associations locales également car ils considèrent qu'elles ne sont pas démocratiques, qu'elles servent les intérêts de quelques individus et familles, et non l'intérêt du plus grand nombre de villageois.

Ces tensions entre les associations et voyagistes étrangers et les acteurs locaux reflètent des rapports de pouvoir le plus souvent défavorables aux seconds, dépendants des premiers. En même temps, les voyagistes s'efforcent d'être à l'écoute des critiques des acteurs locaux. En 2011, l'ATES a fait une évaluation indépendante de leurs offres, en interrogeant leurs partenaires marocains, de façon à ce qu'ils puissent les améliorer.

Conclusion

La mise en tourisme des identités est négociée par les acteurs du tourisme patrimonial avec les autres acteurs touristiques qui interviennent dans leur territoire d'action, souvent sur le mode de la tension sous-jacente, parfois sur le mode du conflit ouvert. Ces frictions reflètent les rapports de pouvoir qui structurent les sociétés d'accueil.

Les porteurs des projets dits alternatifs peinent à coordonner leurs efforts. Cela les empêche, pour le moment, de faire contrepoids aux stratégies commerciales. Globalement, la portée de leurs projets touristiques, de leurs efforts pour ancrer leurs projets localement et territorialiser les identités qu'ils mobilisent, est réduite par la prédominance d'acteurs qui véhiculent une vision simplifiée des identités *amazighes*. Les rapports entre voyagistes et acteurs touristiques locaux sont des rapports de type postcolonial, parce qu'ils mettent en présence des acteurs souvent étrangers et européens, parfois marocains, qui dominent les sociétés montagnardes d'accueil par leurs moyens financiers et par les identités en partie héritées de la période coloniale qu'ils imposent à ces sociétés de jouer.

Mais en même temps, leurs tentatives récentes pour se regrouper dans des associations professionnelles à géométrie variable, combinées premièrement à leur rejet commun des acteurs touristiques locaux et des voyagistes qui poursuivent des stratégies qu'ils fustigent comme uniquement commerciales, deuxièmement à leurs conflits avec certains voyagistes, et troisièmement à la mise en place de partenariats avec des voyagistes qui vont davantage dans leur sens, les fait émerger petit à petit, bien que de façon incertaine, en tant que groupe d'acteurs se reconnaissant dans une identité professionnelle en cours de construction. La catégorie des acteurs « alternatifs », loin d'être une catégorie à l'existence tangible, est donc une catégorie en construction. Faire groupe constitue un horizon que les acteurs s'efforcent d'atteindre.

Chapitre 8.
La négociation des identités avec les autorités

Les acteurs du tourisme patrimonial négocient les identités qu'ils valorisent à travers leurs projets non seulement avec les autres acteurs touristiques en présence, mais aussi avec les autorités, à différents niveaux : avec les autorités locales, provinciales et régionales, et, parfois, avec des ministères et des instances créées directement par le pouvoir central. En effet, depuis le début des années 2000, l'Etat marocain a mis en place différents dispositifs destinés à encourager la protection du patrimoine des espaces ruraux et sa valorisation touristique.

Pour décrypter ces politiques publiques, et voir comment elles accompagnent les projets de tourisme « alternatif », je me suis efforcée, durant les entretiens que j'ai menés avec les acteurs touristiques, de saisir leur point de vue sur ces politiques. J'ai également réalisé des enquêtes auprès des responsables administratifs intervenant dans l'activité touristique et/ou dans la valorisation du patrimoine en montagne, et particulièrement ceux qui ont une influence directe sur les projets et dans les espaces que j'ai étudiés. J'ai interrogé les présidents des communes concernées, des responsables provinciaux et régionaux des services en charge du tourisme, de la culture et de l'agriculture, des employés du ministère du Tourisme et du ministère de la Culture, les responsables des périmètres et des instances de protection et de valorisation du patrimoine des montagnes et de la culture *amazighe*, et, enfin, les responsables des projets de coopération décentralisée, au Maroc et en France[114]. Tous les représentants des autorités intervenant directement ou indirectement sur les projets et dans les espaces étudiés n'ont pas pu être interrogés, mais l'échantillon parait représentatif de la manière qu'a l'administration marocaine de considérer le tourisme et le patrimoine en montagne. En effet, les enquêtes ont révélé l'existence de critiques internes, au sein de l'administration, concernant les politiques publiques menées en matière de tourisme et de patrimoine. Ces critiques se comprennent dans le cadre des parcours des fonctionnaires, qui ne se réduisent pas à ce statut mais peuvent être aussi des militants associatifs et, par conséquent, avoir un point de vue

[114] Je précise que, si tous les acteurs m'ont donné leur accord pour que j'utilise les informations qu'ils me donnaient pour ma recherche, certains n'ont pas souhaité que je rapporte directement leurs propos. Cela explique qu'il y ait peu de citations des acteurs interrogés dans ce chapitre.

complémentaire et critique sur les politiques qu'ils contribuent à appliquer. Ces critiques sont importantes, car elles donnent des jalons pour comprendre les failles du système administratif et les limites des politiques publiques mises en œuvre en montagne. Mais elles n'empêchent pas l'« administration » ou « les autorités », en tant que groupe de fonctionnaires décidant et appliquant une politique du tourisme ou une politique du patrimoine, de relayer une politique de l'identité qui a d'autant plus de réalité que ce groupe a le pouvoir d'en dessiner les contours, de l'appliquer et de l'imposer aux autres groupes.

L'analyse des entretiens donne à penser que ces politiques publiques constituent parfois des opportunités, que les acteurs du tourisme « alternatif » s'efforcent de saisir, mais aussi, souvent, des freins à leurs projets. La thèse que je vais défendre dans ce chapitre est la suivante : les politiques du tourisme apparaissent comme le reflet des politiques de l'identité et de développement territorial. Le faible soutien accordé aux projets de tourisme patrimonial par les autorités reflète leur volonté de saper l'expression des identités *amazighes* et de contrôler les acteurs des montagnes. L'analyse que je propose ici s'appuie sur l'idée selon laquelle le tourisme constitue un lieu où sont négociées les identités infranationales, l'Etat cherchant à contrôler la fabrication de ces identités et certains acteurs touristiques cherchant à affirmer des identités particulières. Elle mobilise le champ des études postcoloniales, qui invite à décrypter les rapports de pouvoir que sous-tend la diffusion continue, par les pouvoirs publics, d'imaginaires touristiques hérités de la période coloniale, et les efforts des autorités pour saper l'expression d'autres identités, et à questionner le caractère postcolonial de ces rapports. En arrière-plan, ma réflexion s'inscrit dans le champ des études menées en géographie sur les politiques publiques réalisées dans les montagnes marocaines, qui critiquent leur insuffisante prise en compte des sociétés locales.

I. Patrimoine et tourisme rural: les dispositifs publics

Avant d'étudier les critiques faites par les acteurs locaux et les responsables administratifs aux politiques publiques destinées à préserver et valoriser le patrimoine des régions rurales, notamment en y développant le tourisme, il convient de présenter les dispositifs mis en place. Ils se comprennent dans le cadre d'un changement de paradigme des politiques publiques menées en montagne, soit de l'effort affiché par les autorités pour passer d'un système de gestion centralisé, visant à contrôler les marges, à un système encourageant la

participation des collectivités et des associations locales à la réalisation des projets, dans le but de faire du « développement durable ».

1. Les périmètres de protection/valorisation du patrimoine

Le dispositif phare de ces politiques publiques est le Pays d'Accueil Touristique. D'autres périmètres, les parcs naturels, font également l'objet de réflexions et de plans d'actions.

Les Pays d'Accueil Touristiques (PAT)

Les PAT dans les stratégies de développement touristique

L'idée de mettre en place des Pays d'Accueil Touristiques (PAT) a été lancée en 2002, en même temps que la Stratégie de développement du tourisme rural. Celle-ci s'inscrit dans le cadre de la Vision 2010, puis de la Vision 2020 et de la Vision 2030, orientations de la politique touristique définie par le ministère du Tourisme et le Haut-Commissariat au Plan[115]. Elles s'accompagnent d'un contrat-programme passé par l'Etat avec certains acteurs privés du tourisme, regroupés dans la Confédération Générale des Entreprises du Maroc[116]. Concernant le tourisme rural, ces projections visent à développer des destinations complémentaires de l'offre balnéaire et « villes impériales », à faire émerger des territoires avec une vocation touristique cohérente et lisible (les PAT) et à développer des « niches touristiques », telles que la pratique du parapente, du canyoning ou de l'agritourisme, liées à une ressource naturelle ou culturelle spécifique et destinées à une clientèle spécifique. Au fil des programmes, on voit émerger la nécessité de préserver et de valoriser le potentiel que constitue la nature (à travers des zones protégées et l'encouragement de pratiques touristiques qui la respectent) et la culture, elle aussi sous-valorisée. La Vision 2030 invite à développer des offres permettant de découvrir le patrimoine préhistorique du Maroc et, surtout, les modes de vie des populations. Elle insiste sur les effets positifs que peut avoir une telle valorisation du patrimoine localement, en matière de création d'emplois et de conservation du patrimoine.

---

[115] En ce qui concerne ces programmes, je me réfère aux sources suivantes : Accord-cadre 2001-2010 ; «Vision 2020, la nouvelle politique touristique du Maroc» ; «Prospective Maroc 2030. Tourisme 2030. Quelles ambitions pour demain?» (Ministère du Tourisme et de l'Artisanat) ; présentations PPT «produits de niche», journée de la Direction des aménagements et investissements (avril 2008) et «stratégie du tourisme au Maroc: Vision 2020. Démarche d'élaboration de la nouvelle stratégie nationale du tourisme» (octobre 2008).

[116] Elle rassemble des acteurs privés dont les activités se situent sur le littoral et qui participent à la construction et à l'aménagement des stations balnéaires dans le cadre du plan Azur.

Les Schémas régionaux de développement touristique reprennent les grandes lignes des projections stratégiques établies à l'échelle nationale. Celui de la région Tadla Azilal, en cours de réalisation, présente le tourisme comme un atout pour développer la montagne et rééquilibrer ainsi le territoire régional[117]. Plus généralement, ces projections constituent une référence utilisée fréquemment durant les entretiens à la fois par les responsables administratifs et par les acteurs locaux, qui considèrent qu'elles donnent de la légitimité à leurs projets et espèrent qu'elles leur donneront accès à davantage de financements publics.

Les PAT : projets et acteurs

La Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT)[118] définit le PAT comme un territoire qui peut être à cheval sur plusieurs périmètres administratifs et qui a une identité forte, liée à des caractères naturels, culturels ou historiques propres, que les acteurs doivent mettre en avant pour assurer la lisibilité du produit touristique[119]. Le PAT doit être un produit de qualité, être doté d'équipements spécifiques (signalétique cohérente, hébergements variés – du gîte classé à l'aire de bivouac réglementée en passant par le refuge -, maison du PAT, centres d'information), avoir des activités d'animation spécifiques (ateliers de découverte, musées, centres d'interprétation, circuits thématiques) et des moyens de promotion spécifiques (brochures, cartes, sites web, logo, *etc.*).

Dans la mise en œuvre du projet, la SMIT joue un rôle important. Elle réalise le diagnostic et la conceptualisation du projet, en collaboration avec les responsables des services touristiques des Provinces impliquées dans le PAT[120], qui supervisent sa mise en œuvre et coordonnent l'intervention de toutes les administrations parties prenantes. Il est prévu que la mise en place et la gestion de ces nouveaux

[117] Je me réfère à l'entretien réalisé avec Françoise Guinot, de l'ONG Tétratktys, chargée de la réalisation de ce schéma (C13E2).

[118] La SMIT est une société anonyme à capitaux publics placée sous la tutelle de l'Etat marocain et chargée de la réalisation de la stratégie de développement touristique.

[119] Sources: rapport de la SMIT de 2009, fascicule «stratégie PAT, plan national de développement du tourisme rural» (SMIT, 2010) et entretien avec Moha Errich, chef du département «tourisme rural» à la SMIT (C7E1).

[120] Pour analyser le rôle des Provinces dans la mise en œuvre des PAT, je me base sur les sources suivantes : des entretiens avec Younes Kharchaf et El Machrafi Siraj Eddine, responsables à la SMI des PAT du Haut Atlas (C7E2 et C7E3), Hassan Ouzine de la Délégation régionale du tourisme à Marrakech (C5E10), Abdelfattah Tika de la Délégation provinciale du tourisme à Tahanaoute (C5E12), Mustapha Ichou de la Délégation provinciale du tourisme à Azilal (C9E2) et Saïd Drif de la Délégation régionale du tourisme à Agadir (C14E8) ; des documents du Département du tourisme de la Délégation provinciale d'Azilal ; des documents du Département Tourisme de la Délégation provinciale de Tahanaoute, tous cités en annexe.

périmètres soient faites en concertation avec les acteurs locaux, rassemblés dans une association du PAT, selon une approche partenariale.

Les PAT Haut Atlas

Huit grands PAT thématiques, constitués chacun de plusieurs PAT, ont été identifiés. Les « Pays du Haut Atlas » sont constitués de trois PAT : le « PAT Haut-Atlas oriental Imilchil », le « PAT Haut Atlas central Azilal », dans les Provinces d'Azilal et de Beni Mellal, et le « PAT du Haut Atlas occidental Al Haouz », couvrant les provinces d'Al Haouz, de Chichaoua et une partie de la Province de Taroudant. Leurs conventions ont été signées en 2006 pour le second et en 2009 pour le premier et le troisième. Ils sont identifiés à travers la composante « montagne ». Le patrimoine naturel – paysages spectaculaires de sommets, de gorges et de cascades – est présenté comme le support de multiples activités sportives. Il est plus valorisé que le patrimoine culturel, même si celui-ci fait l'objet d'un inventaire assez large, des sites historiques (mausolées, mosquées, *kasbah*, sites de gravures rupestres) aux savoir-faire en matière de produits du terroir et artisanaux. Plusieurs projets s'articulent autour de ces derniers. Dans le PAT Haut Atlas occidental, il est envisagé de réaliser des centres d'interprétation des métiers de l'artisanat et des produits du terroir, un festival sur le noyer, une unité agrotouristique (dans laquelle les touristes pourraient loger et où ils pourraient acheter des produits du terroir), un musée ethnographique, et il est prévu de réaliser des circuits éducatifs. Une « route Ibn Toumert », valorisant des hauts lieux de l'histoire du Maroc, est ainsi en chantier. Dans le PAT Haut Atlas central, à Azilal, a été mis en place un Musée des Sciences de la Terre pour valoriser le patrimoine géologique. Précisons qu'il n'existe pas de PAT dans la région de Taliouine. Un PAT est en réflexion à Taroudant, mais ses contours, thématiques aussi bien que spatiaux, sont encore indécis.

Les parcs naturels

Le Parc National du Toubkal

D'autres périmètres, les parcs naturels, font l'objet d'une attention accrue des autorités. Certains sont anciens : celui du Parc National du Toubkal a été créé par les Français en 1942[121]. Sa gestion relève du Haut-Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte contre la Désertification, auquel est rattachée la direction du parc. Il est doté d'une zone centrale, qui entoure le sommet du massif, le Toubkal, de la vallée du N'fiss à l'ouest à celle de l'Ourika, à l'est, et d'une zone périphérique, qui

[121] Sources : brochures obtenues au bureau des guides de Setti Fatma et auprès de la directrice du parc, entretien avec celle-ci (C5E9).

englobe l'Oukaïmeden et Setti Fatma, dans le haut de la vallée de l'Ourika (figure 57). Il vise principalement à préserver le patrimoine naturel (forêts de chênes verts, mouflon à manchettes, gypaète barbu, truite du lac d'Ifni) et à sensibiliser les acteurs locaux et les touristes à sa protection. Cela se fait à travers la mise en œuvre de projets de développement avec les habitants, afin de diminuer leur méfiance (le forestier étant traditionnellement perçu négativement), puis de stratégies de développement par vallées, autour d'une thématique. Par exemple, le projet pour la vallée d'Agoundiss est structuré autour de la valorisation des plantes aromatiques et médicinales. L'objectif est de montrer aux habitants qu'ils peuvent vivre des ressources du parc sans pour autant les dégrader. Les actions de sensibilisation des touristes consistent, quant à elles, en la mise en place d'un écomusée à Imlil et de panneaux d'informations, et en la réflexion de mesures destinées à réguler les bivouacs, qui dégradent les pelouses et génèrent des déchets. Tous ces projets sont réalisés dans le cadre du Pays d'Accueil Touristique Haut Atlas occidental Al Haouz, plateforme visant à rendre plus visible le parc.



Figure 57 : brochure du Parc National du Toubkal, 2011.

Le Géoparc du M'Goun

Un autre type de parc a été récemment créé dans la région Tadla-Azilal. Il s'agit du Géoparc du M'Goun, localisé entre Beni Mellal au Nord et la ligne de crête du M'Goun au sud, à cheval sur les Provinces de Tadla et d'Azilal[122]. Il a pour objectif de promouvoir un « géotourisme », pour diversifier les activités touristiques et protéger un patrimoine divers : empreintes fossiles de dinosaures datant du jurassique, sites archéologiques (gravures rupestres), géomorphologiques (gorges de Tamda), paysagers (cascades d'Ouzoud, pont naturel d'Iminifri), écologique (espèces en voie de disparition telles la panthère de Tamga ou le genévrier thurifère) et culturel (greniers et *kasbah* anciens).

La valorisation des sites a commencé dans les années 1990, à travers des partenariats entre scientifiques marocains et espagnols et l'action de l'Association de Protection du Patrimoine Géologique du Maroc (APPGM), créée en 2000, et de l'Association Marocaine des Sciences de la Terre, créée en 2007, qui s'efforcent de sensibiliser le grand public et les institutions à la fragilité du patrimoine géologique. En 2005, année durant laquelle la convention cadre a été signée par le conseil régional de Tadla-Azilal, les conseils provinciaux de Beni Mellal et Azilal, les communes concernées et l'APPGM, le parc est créé officiellement et obtient le statut de parc régional. Toutes les actions effectuées se font dans le cadre du PAT. Le suivi du projet est supervisé par la région (le directeur du parc est basé au Centre Régional d'Investissement) mais concrètement, l'Association du Géoparc du M'goun, créée en 2005, soutient l'étude, la réalisation et le développement du projet. L'objectif, à terme, est de devenir un Géoparc intégré au réseau des Global Geopark, labellisé UNESCO.

Jusqu'à présent, des panneaux de sensibilisation ont été installés et un musée de la Terre ouvert à Azilal. Pour certains sites menacés, des travaux de restauration ont été réalisés. D'autres projets sont en réflexion, comme une « route des dinosaures », qui relirait des sites du Géoparc à un musée en projet, à Iminoulaoun (province d'Ouarzazate), où a été découvert le squelette de dinosaure le plus ancien jamais trouvé au Maroc.

2. Les dispositifs spécifiques selon les types de patrimoine

En dehors de périmètres, d'autres dispositifs ont été pensés, pour des types de patrimoine bien spécifiques.

[122] Sources : brochures de présentation et fiches techniques du Géoparc (2011), entretien avec son directeur (C10E20) et pages du site Internet de la région Tadla-Azilal voir annexes).

Une forte mobilisation autour du patrimoine agricole

Le Plan Maroc Vert

On observe un engouement particulier des pouvoirs publics pour les produits du terroir et les savoir-faire paysans. Le pilier II du Plan Maroc vert, adopté en 2009 par le ministère de l'Agriculture et de la Pêche maritime, qui concerne l'agriculture en montagne et dans les oasis, constitue le cadre de leur valorisation. Il vise à encourager la qualité et à miser sur les synergies de l'agriculture et du tourisme, perçues comme un moyen pour valoriser ces produits. Dans la lignée de ce texte, les pouvoirs publics se sont attelés à encourager la labellisation des produits du terroir, la structuration des acteurs de l'agriculture dans des coopératives et des associations, la tenue de festivals ou *moussem* autour d'un produit du terroir, et la mise en valeur de ces produits dans le cadre des Pays d'Accueil Touristique.

La valorisation du safran à Taliouine

Les projets réalisés autour du safran, dans la région de Taliouine, illustrent la mobilisation des pouvoirs publics en faveur du patrimoine agricole[123]. Ici, leur rôle n'a pas été décisif au départ, puisque c'est sous l'impulsion de l'ONG Migrations et Développement (MD) que les producteurs se sont regroupés en coopératives au niveau des villages, et en Groupements d'Intérêts Economiques. Ces structures ont permis de mobiliser des subventions, de diffuser des conseils techniques, d'améliorer le conditionnement du safran (figure 59) et d'organiser la production pour tenter de faire face aux acteurs intermédiaires, qui retirent l'essentiel de la plus-value effectuée sur la vente du safran. C'est encore MD qui est à l'origine du festival du safran, qu'elle a organisé pour la première fois en 2007. Depuis, il a lieu chaque année au moment de la récolte, à la fin du mois d'octobre. Cet événement mêle une foire et des rencontres professionnelles à des activités culturelles telles que des spectacles de chants et danses. MD a donc été au centre des efforts réalisés pour faire du safran une véritable ressource locale. Mais le développement de la production et l'ouverture de la filière au commerce international ont été encouragés par des acteurs internationaux (la FAO a effectuée de nombreuses études pour MD) et, surtout, nationaux. Ainsi, une appellation d'origine protégée « safran de Taliouine » a été créée et est effective depuis 2010. Le safran de Taliouine peut compter sur le soutien d'institutions d'envergure nationale telles que l'Agence nationale pour le développement des zones oasiennes et de l'arganier (ANZOA), créée en 2013, sous l'égide de laquelle a été organisée l'édition 2013 du

---

[123] Sources: observations et entretiens réalisés avec les acteurs du safran à Taliouine, en mai 2010 (C1), juin 2011 (C14), octobre 2011 (C16) lors du festival et janvier 2012 (C18), et documents divers auxquels j'ai eu accès *via* les acteurs (voir le détail en annexe).

festival du safran, et, au-delà, sur le soutien du ministre de l'Agriculture et de la Pêche maritime et celui du Palais, comme le montre l'inauguration par le Roi de la Maison du Safran, en janvier 2011 (figure 60). Espace d'exposition et de vente, elle permet de garantir aux producteurs un prix de vente fixe et plus élevé que lorsqu'ils vendent leur production au *souk*. Le safran de Taliouine a ainsi bénéficié de l'attention des plus hautes autorités.

Dans ces projets, le tourisme a été pensé comme une manière complémentaire de valoriser le safran. Le réseau d'auberges développé sous l'égide de MD s'efforce de répondre à cet objectif. A Tagmoute, les visiteurs peuvent acheter, entre autres, le safran par les femmes de la coopérative. Dans la même perspective, il est prévu que la Maison du safran devienne la « maison du pays du safran », qu'elle présente aussi les autres *productions* locales et centralise les offres touristiques de la région.





Figure 58 : conditionnement du safran à la coopérative Souktana, Taliouine.
Figure 59 : Maison du safran, Taliouine.
(mai 2010 et janvier 2012).

En contrepoint : la rose à Kelaat M'Gouna

Il faut cependant relativiser l'implication des autorités dans la valorisation des produits du terroir. A Kelaat M'Gouna, zone de production de la rose, les autorités jouent un rôle bien moins important[124]. La rose n'a fait l'objet d'une production industrielle qu'à partir de la période coloniale, dans les années 1940. Des produits dérivés (huile essentielle, savons, *etc.*) ont alors commencé à être fabriqués dans de petites usines. Actuellement, quelques acteurs privés gèrent la production : d'après un producteur, 30% de la production passe par deux usines. L'une appartient à un Belge, l'autre, les Arômes du Maroc, appartient au domaine royal. Les pouvoirs publics interviennent à travers l'appui technique donné par le Centre

[124] Comme j'ai pu le constater en faisant des observations en mai 2010, lors du festival (C103 et C1V3), et en réalisant des entretiens avec des producteurs, des responsables d'usines et des responsables du Centre de Mise en Valeur agricole, en avril 2011, avec l'équipe MIST-AA.

de Mise en Valeur agricole aux producteurs, et l'encadrement du festival annuel, en mai, par le ministère du Tourisme et les services régionaux, provinciaux et municipaux. Celui-ci est ancien (la première édition date de 1962). Mais il consiste moins, comme à Taliouine, en un événement visant à coordonner les acteurs économiques et à faire connaitre le produit à l'extérieur du territoire, qu'en un événement festif local, fréquenté par des touristes nationaux (plus qu'internationaux, comme à Taliouine), durant lequel ont lieu l'élection d'une « miss rose », des défilés de chars, une foire où sont vendus à prix réduit des produits de consommation courante et une fête foraine (occasion, pour les jeunes filles et jeunes garçons, de s'amuser et de se rencontrer). Il n'y a pas de « maison de la rose », parrainée par des personnalités haut placées, pour fédérer les acteurs locaux, valoriser le produit et jouer le rôle de centre d'information touristique. Récemment, l'Etat semble vouloir s'investir davantage dans le soutien de la culture de la rose : un projet pour labelliser la production est en cours.

La relance des moussem locaux

Dans le sillage des festivals tels ceux de Taliouine et de Kelaat M'Gouna, qui ont une portée régionale et commencent à être connus à l'échelle nationale, et des encouragements donnés par les autorités à ce genre de manifestations, certaines communes veulent relancer des *moussem* locaux. Souvent, ces manifestations se réduisaient à une foire et à une soirée d'*ahouach*. L'idée est de les revitaliser en valorisant un produit du terroir phare, par exemple la pomme dans les Aït Bouguemez, et d'utiliser cet événement comme un moyen de faire connaître les spécificités de la vallée, y compris aux touristes.

L'encouragement donné aux associations et aux coopératives féminines

L'un des axes du Plan Maroc vert est aussi de promouvoir les savoir-faire agricoles et artisanaux des femmes, pour les faire contribuer au « développement durable » du monde rural et à la valorisation de son patrimoine naturel et culturel. Pour cela, les femmes sont invitées à s'organiser en associations et en coopératives. Ces encouragements s'inscrivent dans la continuité des discours prononcés par Mohamed VI au début de son règne en faveur des femmes, du Plan d'action pour l'intégration des femmes au développement adopté en mars 1999, de la *Moudawana* (code qui régit le droit de la famille) adoptée en 2004, qui promeut les droits des femmes[125], et de l'Initiative Nationale de Développement Humain lancée

[125] Cette nouvelle *Moudawana* rend la polygamie plus difficile (le consentement de la première épouse devient obligatoire), elle empêche les maris de divorcer par lettre de répudiation établie devant un responsable religieux ; elle fait passer l'âge minimum légal du mariage de 15 à 18 ans ; elle considère le harcèlement sexuel comme une faute punie par la loi ; elle autorise les femmes

en 2005 qui entend promouvoir le rôle des femmes dans la lutte contre la pauvreté.

En réponse, depuis le milieu des années 2000, les coopératives se sont multipliées au Maroc, et en particulier en montagne. Il s'agit pour la plupart de coopératives agricoles, dans lesquelles sont fabriqués et/ou transformés des produits du terroir (argan, safran, huile de noix, plantes aromatiques) même si l'on trouve quelques coopératives artisanales (réalisation de tapis). Parfois, les femmes peuvent y suivre des cours d'alphabétisation ou des formations professionnalisantes qui les aident à améliorer leurs savoir-faire.

La protection du patrimoine architectural

Ces dernières années, les autorités ont concentré leurs efforts pour protéger et valoriser les patrimoines ruraux sur le patrimoine agricole. Néanmoins, dès 1990 avait été créée une structure, le centre de restauration et de réhabilitation du patrimoine architectural atlasique et subatlasique (CERKAS), pour préserver le patrimoine architectural des régions de montagne et de désert. Son siège est à Ouarzazate, dans la kasbah de Taourirt, dont le centre a supervisé la restauration[126]. Il dépend du ministère de la Culture. Il est chargé de sauvegarder le patrimoine architectural en terre, en réalisant et en diffusant des inventaires, des études spécialisées, des publications à destination du grand public et en supervisant la restauration d'ensembles architecturaux tels que des *kasbah* ou des greniers. Le plus gros chantier réalisé, au début des années 1990, est celui de la *kasbah* d'Aït Benhaddou, classé à l'UNESCO. Des projets de plus petite envergure sont aussi réalisés : dans la vallée des Aït Bouguemez, le CERKAS a réalisé un inventaire du patrimoine architectural, avec un financement du ministère de la Culture et des services de la coopération japonaise, en partenariat avec l'association des amis des Aït Bouguemez. Il a supervisé la restauration du grenier d'Ibaqliouine, dans le cadre du Géoparc.

3. La culture amazighe à l'honneur?

En plus des appuis donnés à des types de patrimoine spécifiques, plusieurs initiatives sont présentées comme visant à soutenir l'expression de la culture *amazighe*.

à se marier sans le consentement de leurs parents ; elle établit le principe de la fidélité mutuelle. Ces avancées juridiques ne sont pas pour autant appliquées par les juges.

[126] C'est là que j'ai interrogé son directeur, Mohamed Boussaleh (C17E7).

L'Institut Royal de la Culture Amazighe (IRCAM)

L'IRCAM, fondé en 2001, répond à la volonté affichée du Roi « de sauvegarder et de promouvoir la langue et la culture amazighes dans toutes ses formes et expressions », comme cela est indiqué sur le site Internet officiel de l'institut, et de « donner un avis à Sa Majesté » sur les mesures de nature à atteindre cet objectif. Il est organisé en deux structures, l'une académique et l'autre administrative. Outre le financement des activités de recherche, l'institut soutient des activités culturelles réalisées dans le cadre d'actions des pouvoirs publics (par exemple, l'IRCAM participe au projet de musée ethnographique qui va être réalisé dans le cadre du PAT Haut Atlas occidental) et dans des cadres associatifs. Selon des militants associatifs de la région de Taroudant, d'Ouled Berhil et de Taliouine (C14E10, C15E2 et C15E8), l'IRCAM a financé une formation pédagogique pour l'enseignement en langue *amazighe* et des *moussem* organisés dans les *douars* de la commune de Taliouine. Il a aussi subventionné une partie de l'organisation du festival du safran.

Les musées valorisant le patrimoine berbère

Jusqu'à récemment, il n'existait pas de musée dédié au patrimoine berbère et il était rare que l'on tienne un discours spécifique sur la culture *amazighe* dans les musées. C'est le cas au musée Dar Si Saïd, à Marrakech (C203), présenté sur les panneaux comme un « musée ethnographique à vocation régionale », dans lequel les objets présentés sont qualifiés par leur provenance géographique ou tribale. Au musée archéologique de Rabat (C601), les objets sont rattachés à une époque, à la dynastie régnante et à la région où l'objet a été trouvé. Alors que sont présentés des objets de l'époque préislamique, période à laquelle on parlait un dialecte berbère, la berbérité n'est pas évoquée. La plupart des musées qui abordent explicitement l'amazighité sont des musées privés, tels le Musée berbère, ouvert en décembre 2011, qui présente des collections de Pierre Bergé et Yves Saint Laurent, dans le jardin Majorelle à Marrakech (C18V4). Le Musée du patrimoine *amazigh* d'Agadir, premier musée municipal au Maroc, ouvert en 2000, constitue une exception notable (C1401). Y sont présentés des bijoux et des tapis de la région d'Agadir, du Souss et de l'Anti Atlas mais aussi du Moyen-Atlas et du Rif. Il se donne pour vocation de donner un aperçu de la culture *amazighe* de la région et, plus généralement, du Maroc.

Les festivals et la culture *amazighe*

Des encouragements sont également donnés à des événements valorisant la culture *amazighe*. La municipalité d'Agadir joue la carte de l'*amazighité* à travers l'organisation du festival Timitar, en juin, le principe étant que les artistes *amazighs* accueillent des artistes du monde entier. Durant l'édition 2011 à laquelle j'ai assisté, des groupes bretons avaient été invités, montrant la volonté de la municipalité de se présenter comme un soutien aux artistes revendiquant une culture particulière. Ces festivals sont à comprendre comme des éléments d'une stratégie visant, pour une ville, à se distinguer des autres. Chaque grande ville propose ainsi un festival sur un thème différent (les arts d'*ahouach* à Ouarzazate, la musique *gnaoua* à Essaouira, le festival de musique du monde Mawazine à Rabat, *etc.*), de même que les villes de montagne (le Festival des arts de l'Atlas, organisé à Azilal de 2001 à 2007 par l'association Azilal pour le développement, l'environnement et la communication, que la ville aimerait relancer) et du désert (les cultures oasiennes à Figuig ou le nomadisme à Mhamid).

4. Les projets dans le cadre de la coopération décentralisée

Enfin, des collaborations établies entre des collectivités marocaines et étrangères renforcent les efforts réalisés par les autorités pour protéger et valoriser le patrimoine. Je me suis particulièrement intéressée au partenariat établi depuis 2004 entre la région Tadla-Azilal et le département français de l'Isère, mis en œuvre par l'ONG Tétraktys, basée à Grenoble, et l'Agence de Développement Social (ADS), qui dépend du conseil régional Tadla-Azilal[127]. Ce partenariat se situe dans une histoire de coopération entre montagnes du Haut Atlas central et montagnes des Alpes, qui date du projet PHAC. Le tourisme constitue toujours un axe prioritaire : plusieurs projets pilote, qui visent à développer un tourisme intégré au territoire, profitant aux populations locales, ont été ou sont en train d'être mis en œuvre (figure 60).

[127] Mon analyse de ce partenariat se base sur des entretiens réalisés avec Françoise Guinot, responsable de ce projet de collaboration pour l'ONG Tétraktys (C13E2), et avec Naïma Chakiri, responsable pour l'ADS (C10E19).

Figure 60 : projets réalisés par la région Tadla-Azilal et le département de l'Isère.

- la réhabilitation du grenier de Megdaz (vallée de la Tessaout) en 2004 ;
- l'expertise sur le CFAMM en 2008 ;
- la réalisation d'un éductour pour faire connaitre les initiatives de tourisme alternatif aux tours opérateurs et aux journalistes en 2009 ;
- la définition d'un Schéma régional de développement touristique depuis 2009 ;
- la formation de guides, depuis 2007, notamment dans la vallée des Aït Bouguemez et la réalisation d'un bureau des guides à Ouzoud, la formation de gîteurs dans plusieurs vallées et l'équipement de gîtes ;
- la réalisation d'un circuit de randonnée à Ouzoud, avec la construction de quatre gîtes et un projet de valorisation du patrimoine du village de Tanarmelt ;
- la collecte du patrimoine oral musical avec l'association oralité contes pour le développement (OCADE) ;
- l'appui au montage d'une coopérative féminine de tissage dans la vallée des Aït Bououlli avec l'AADEC.

Il existe également des coopérations entre communes, par exemple entre celle de Taliouine et la communauté de communes des Ecrins. Cette collaboration, mise en place lors du festival du safran de 2011, est fortement appuyée par MD et se comprend en lien avec le parcours de Jamal Lahoussine, son fondateur (C16E8) : l'idée de fonder MD était venue alors qu'il avait été licencié de l'usine Péchiney, à l'Argentière-la-Bessée. Les premières actions menées par MD avaient été inspirées par les réflexions qui avaient cours en France sur le développement local et la reconversion post-industrielle des vallées alpines. Ce partenariat se situe dans la continuité des échanges d'expériences réalisés depuis les années 1980 et les officialise. Il vise notamment à faire appuyer la formation des guides et la création de « maisons de pays », destinées à promouvoir et à rendre plus lisible l'offre touristique et les produits de la région.

Ces partenariats se comprennent dans le cadre de solidarités entre montagnards et, parfois, entre cultures ressenties et présentées comme minorées, comme c'est le cas lorsque la Bretagne appuie le festival Timitar.

II. Des politiques publiques décriées

Les acteurs du tourisme patrimonial, de même que certains responsables administratifs, critiquent ces dispositifs et reprochent aux autorités de réaliser des projets qui entrent en contradiction avec leur volonté affichée de protéger et valoriser le patrimoine. Ces tensions sont sous-tendues par une vision différente des identités à mettre en avant.

1. Les limites des dispositifs publics

Des financements publics limités pour les projets de tourisme patrimonial

Tout d'abord, les acteurs touristiques trouvent que les encouragements officiels donnés à la valorisation du patrimoine rural ne leur permettent pas d'obtenir des financements publics suffisants pour leurs projets. Ainsi, les membres d'associations *amazighes* du Souss et de l'Anti Atlas que j'ai interrogés estiment que l'IRCAM est trop procédurier pour des associations rurales aux moyens techniques limités - « l'IRCAM, c'est pire qu'un bailleur de fonds » s'exclame Rachid Aït-Benaïm (C14E10) -, que les financements sont accordés de préférence à des associations des grandes villes – donnant plus de visibilité aux aides de l'IRCAM -, et qu'il subventionne souvent des projets qui n'ont qu'un rapport lointain avec la culture *amazighe*. Des chercheurs qui travaillent à l'IRCAM - Hassan Ramou (C7E4) et Ahmed Aassid (C7E5) - regrettent quant à eux la dépendance des recherches et des projets culturels ou de développement financés par l'institut à des tractations politiques permanentes, au sein du conseil d'administration, entre représentants du Palais, qui veulent contrôler les revendications identitaires, et personnalités de la sphère associative, qui veulent faire avancer ces revendications.

De même, en ce qui concerne le CERKAS, Omar Idhamou, responsable d'Escale rando (un gîte réalisé dans la *kasbah* de Taliouine), regrette qu'il ne puisse apporter qu'une aide technique (C16E3). A l'interne, le directeur se désole de la réduction des financements accordés au centre depuis le milieu des années 1990 (quand l'accord passé avec le PNUD et l'UNESCO, pour financer la mise en route du centre, est arrivé à sa fin), de la nécessité de faire du « bricolage » pour financer le centre, avec des fonds du ministère de la Culture, d'ONG et de services de coopération étrangers, et de l'absence d'autonomie financière du CERKAS, qui limite considérablement son pouvoir d'intervention.

Pays d'Accueil Touristiques et parcs : des projets inaboutis

Les PAT et les parcs font également l'objet de critiques virulentes de la part des acteurs touristiques locaux et des membres des conseils municipaux. Ils ne voient, sur le terrain, que l'installation de panneaux, qu'ils jugent mal faits, et constatent que les efforts ont été portés sur des infrastructures réalisées en ville (comme la maison du PAT à Tahanaoute ou le Musée de la Terre à Azilal) et non en montagne. Ils soulignent le fait que les intentions affichées par les autorités provinciales d'encourager la coordination des acteurs du tourisme et la constitution d'associations les rassemblant n'ont pas été suivies d'effets, alors que les PAT et les parcs existent officiellement depuis plusieurs années. Ils critiquent le manque de concertation, qui aboutit, selon eux, à la réalisation de projets « doublon » (par exemple, dans le cadre du PAT Haut Atlas occidental, un musée ethnographique, alors qu'il existe déjà un écomusée berbère), à l'appui de projets réalisés par des acteurs déconnectés du terrain (tel le musée que va réaliser le ministre des Affaires islamiques à Ouirgane) et à l'échec de certains projets, comme le montre la difficulté des autorités provinciales à trouver une association pour gérer l'écomusée créé à Imlil dans le cadre du Parc National du Toubkal.

De plus, les acteurs touristiques et les présidents des communes regrettent le délaissement par les autorités de certains types de patrimoines, censés être protégés par les nouveaux périmètres. C'est le cas du patrimoine des gravures rupestres du Yagour et de l'Oukaïmeden. Les acteurs interrogés[128] font le constat des dégradations que subissent les sites. Pour eux, elles sont liées à des causes naturelles (érosion) mais surtout anthropiques. Ils reprochent aux bergers de s'installer sur les dalles, aux touristes de pratiquer des moulages sauvages, de faire des tags sur les gravures, aux bazaristes de voler des dalles pour les revendre à des collectionneurs, et aux employés du bâtiment de les prendre pour les utiliser comme matériau de construction. Pour eux, les obstacles à la protection des dalles sont à chercher en partie dans le morcellement des sites en de multiples parcelles privées, rendant difficile l'obtention de l'accord de tous les propriétaires, et dans les conflits traditionnels entre les services des eaux et forêts et les ayants-droit, qui empêchent l'intervention de toute instance publique. Ils incriminent également le manque chronique de moyens publics alloués pour protéger les gravures. Ils regrettent que le bâtiment abritant un centre d'information du parc du Toubkal à

[128] J'ai interrogé, pour ces deux cas, les présidents des communes de Tighdouine (C3E1) et de l'Oukaïmeden (C11E4), le gardien du site de l'Oukaïmeden (C6P1) et M. Majidi, membre du bureau de l'association marocaine de protection des gravures rupestres et chercheur au Centre national du patrimoine rupestre (C7E0).

l'Oukaïmeden, dans lequel sont présentés des moulages de gravures et un film sur celles-ci, soit toujours fermé, et le fait que les sites de montagne ne soient pas prioritaires[129]. Ils reprochent aux PAT et aux parcs de ne pas permettre de réelle mobilisation des acteurs, privés et publics.

Une implication à court terme des autorités en faveur des produits du terroir

Plus fréquentes encore sont les critiques des acteurs du tourisme patrimonial sur ce qu'ils conçoivent comme une implication insuffisante des autorités en matière de valorisation des produits du terroir. Selon les acteurs de la production du safran et de sa valorisation touristique à Taliouine[130], le tourisme constitue un impensé des politiques de promotion des produits du terroir. Pour eux, le festival attire peu de touristes parce que rien n'est fait pour cela. Il faudrait que les acteurs privés proposent des circuits spéciaux pendant le festival (ateliers de cuisine, visites sur le terrain), qu'ils prévoient des offres susceptibles d'attirer les touristes nationaux (par exemple en proposant des locations de gîtes à des tarifs plus intéressants sur la période du festival), et que les autorités communales fixent les dates du festival : le fait qu'elles soient décidées quelques semaines avant et qu'elles changent chaque année ne permet pas aux touristes de planifier un voyage à Taliouine. De même, la Maison du safran est critiquée comme étant une structure vide, au sens propre, car l'espace prévu pour que les producteurs exposent leurs produits est en partie vide, et au sens figuré, car elle constitue un projet venu du haut, que les producteurs n'ont pas encore eu le temps de se réapproprier, et car elle n'a pas été pensée à long terme, pour constituer un pôle organisateur du tourisme dans la région. L'association de producteurs du safran, constituée en 2011, qui va gérer à terme la Maison, envisage d'y installer un bureau d'orientation touristique et de créer des Maisons de pays, antennes réparties dans la région pour mieux valoriser les produits spécifiques de chaque terroir.

La déconnexion persistante entre politiques patrimoniales et politiques touristiques est dénoncée aussi par les responsables administratifs. Ali Amahan,

[129] Selon Majidi, l'attention des pouvoirs publics et des scientifiques est concentrée sur la construction de centres d'interprétation et sur l'installation de panneaux de vulgarisation au Sahara, où les sites sont menacés par l'armée et par des sociétés d'extraction de minéraux.

[130] J'ai interrogé des membres de MD (C1E11, C15E8, C16E8), des producteurs de safran (C1E10, C16E5, C16E6), le responsable de l'ORMVA (C15E11), les responsables de Maroc Inédit (C14E2, C15E1, C16E1), des aubergistes et gîteurs de Taliouine (C15E3, C15E4, C15E6, C16E2, C16E3) et le président de l'association de Tagmoute (C15E5). J'ai observé les tables rondes qui ont eu lieu durant le festival du safran (édition 2011) sur la valorisation touristique des terroirs, les coopératives et le rôle de la maison du safran (C1603-4-5).

ancien directeur du cabinet du ministre de la Culture (C14E1), me dit regretter que ce ministère ne travaille pas davantage en lien avec celui du Tourisme, mieux doté. Parallèlement, les responsables du ministère du Tourisme interrogés reconnaissent mal connaitre les actions du ministère de la Culture en matière de patrimoine et se disent intéressés par davantage de collaboration, pour la mise en œuvre des PAT.

Des dispositifs de formation des acteurs touristiques insuffisants

Enfin, les acteurs de la mise en tourisme du patrimoine se plaignent des dispositifs de formation existants, tant pour ceux qui interviennent directement dans l'accueil des touristes (guides, aubergistes et gîteurs) que ceux qui cherchent à valoriser leurs produits *via* l'activité touristique (comme les artisans ou les agriculteurs).

Les insuffisances de la formation au CFAMM

La formation des guides fait l'objet de remises en cause permanentes, que ce soit de la part des voyagistes, des guides, des responsables administratifs, notamment de M. Zouhair, responsable du CFAMM à la direction provinciale des affaires rurales (C10E15), et de l'ONG Tétraktys, qui a réalisé une mission d'expertise sur le CFAMM en 2008. Les guides évoquent les difficultés qu'ils ont rencontrées pour être recrutés au CFAMM et dénoncent la pratique des pots de vin et la faveur qui serait accordée aux jeunes originaires de la vallée des Aït Bouguemez. Sur ce point, il faut remarquer que, les premières années, la majorité des stagiaires étaient bouguemeziens (il s'agissait de former des guides du Haut Atlas central pour qu'ils exercent dans ce massif) et qu'actuellement, la majorité - 50% selon Charbonnier (2011) - sont recrutés parmi les jeunes de la Province d'Azilal.

Tous s'accordent pour dire que la qualité de l'enseignement a décliné depuis la fin de la coopération avec la France en 1994. Tétraktys pointe en particulier la mauvaise maîtrise par les guides des notions de base en cartographie, secourisme, météorologie, connaissance des itinéraires, hygiène, et leur mauvaise connaissance des attentes et besoins des touristes. L'ONG met cela sur le compte du manque d'équipement (les stagiaires n'ont à leur disposition ni carte, ni boussole, ni matériel de secours de base), du manque de formateurs compétents et du manque de moyens alloués au centre par le ministère de l'Intérieur, dont il dépend. Elle remarque que cela crée une dépendance des guides aux formations proposées par les voyagistes. Les acteurs s'accordent également sur le fait que la formation des guides sur le patrimoine est insuffisante. De fait, les quelques cours d'anthropologie, d'histoire et de géographie dispensés au CFAMM portent sur tout le Maroc, et l'échelle nationale semble inadéquate pour valoriser les spécificités culturelles locales.

Les autorités tentent de remédier à ces problèmes. Pour permettre à des guides qui n'ont pu être acceptés comme stagiaires au CFAMM de bénéficier d'une autorisation officielle d'exercer comme guide, des stages de mise à niveau d'un mois, financés par les régions et par le ministère du Tourisme, ont été organisés à plusieurs reprises dans trois centres de formation, au CFAMM, à Ouarzazate et à Tanger, dans des instituts de formation à l'hôtellerie et aux métiers du tourisme. Les guides de Taliouine ont profité de cette procédure de validation des acquis. De plus, une refonte complète du système de formation des guides est en cours. Depuis 2008, les guides exerçant en montagne ne sont plus des accompagnateurs mais des « guides des espaces naturels ». Le projet est de créer un tronc commun enseigné dans plusieurs provinces et que chaque province propose des formations spécifiques, permettant de dispenser des cours sur le patrimoine local. Ce nouveau système se comprend comme une façon pour le ministère de l'Intérieur de déléguer le financement de la formation des guides aux provinces. A leur tour, celles-ci se tournent vers la coopération décentralisée pour monter et financer ces formations : en 2013, la Province d'Ouarzazate a signé une convention de partenariat avec la région Franche-Comté. Les premières formations débuteront en 2015.

En parallèle, des associations développent elles-mêmes des formations. Dans l'Ourika, depuis 2009, l'ABDBO propose des formations à des guides qui ont déjà une expérience, mais n'ont pas le baccalauréat (condition pour postuler au CFAMM). Dans le Haut Atlas central, l'ONG Tétraktys propose une formation de guides avec l'Agence de Développement Social. En plus d'une formation technique de base, elles dispensent des cours sur la gastronomie, l'histoire, la géographie, la géologie, la faune et la flore locales. Dans la région de Taliouine, Maroc Inédit réfléchit, avec ses partenaires du Réseau Marocain d'Ecotourisme Solidaire, à des formations qui permettraient de donner aux guides des connaissances sur les différents types de patrimoine local. Ces formations se heurtent cependant au problème du manque de reconnaissance par les autorités de la validité de ces formations : au moment des enquêtes, les guides formés par l'ABDBO possédaient une attestation de la préfecture mais n'avaient pas encore obtenu la carte officielle octroyée par le ministère du Tourisme.

Des formations rares, inaccessibles et inadéquates pour les aubergistes et gîteurs

Certains acteurs touristiques regrettent également le manque de formations adéquates pour les propriétaires d'auberges, de gîtes et de chambres chez l'habitant. Annie Lauvaux et Mahjoub Bajja (C15E1) remarquent que la formation reçue par le cuisinier de l'auberge de Tagmoute, à l'école d'hôtellerie d'Agadir, ne

lui est pas d'une grande utilité. Il a appris à faire attention à l'hygiène mais pas à mieux maîtriser le français ni à valoriser les spécificités locales : on leur apprend à faire de la cuisine européenne et non à valoriser la gastronomie locale. Pour remédier aux manques de ces formations, Maroc Inédit organise des formations pour les personnes qui veulent monter leur chambre d'hôte, comme à Aït Youssef. L'association s'efforce de leur faire connaître les attentes des touristes et de leur montrer comment fabriquer des offres qui montrent les spécificités de leur lieu et de leur culture.

L'absence de formation pour les artisans qui destinent leurs produits aux touristes

Enfin, les acteurs du tourisme patrimonial regrettent que le CFAMM ne propose plus de formation à la réalisation, la transformation et la commercialisation des produits du terroir, comme c'était le cas jusqu'au départ des Français pour le tissage et le travail du bois. Certains, peu nombreux, tentent d'y remédier. Maroc Inédit réalise des formations au tissage et à la broderie, avec une styliste française, deux tisserandes professionnelles et une animatrice de Migrations et Développement pour des femmes des foyers d'Aguerda, dans la région de Taliouine. Elles visent à générer des revenus supplémentaires pour les femmes en préservant des savoir-faire en train de se perdre et en adaptant les produits réalisés aux attentes et contraintes des acheteurs. Les femmes apprennent à créer des tapis plus petits et plus légers, plus facilement transportables, et à réaliser de nouveaux produits, comme des housses de coussins, tout en respectant ce qui fait l'identité du savoir-faire local.

2. Un dialogue épisodique et difficile avec les autorités

Les critiques faites par les acteurs touristiques locaux aux dispositifs publics destinés à la protection et la valorisation du patrimoine portent notamment sur le fait que ces dispositifs, malgré ce qu'ils prévoient formellement, n'encouragent pas leur participation aux projets mis en œuvre par les autorités, et déplorent le manque de dialogue avec les celles-ci.

Des tensions récurrentes entre associations professionnelles et autorités

Ce manque de dialogue est particulièrement visible entre les associations regroupant les professionnels du tourisme en montagne et les autorités. Les acteurs touristiques reprochent aux autorités de décourager la structuration des professions touristiques. Ainsi, Mohamed Imharken, le président de l'association des gîteurs de la vallée des Aït Bouguemez (C8E12) pense que l'échec de cette association est en partie lié aux efforts des autorités provinciales et régionales pour

encourager des structures professionnelles qui mettent les acteurs des montagnes en situation de faiblesse et les divisent. Ses propos visent le Conseil Régional du Tourisme (CRT). Selon lui, les gîteurs n'y sont pas correctement représentés, la structure regroupant essentiellement des hôteliers de la Province de Beni Mellal, qui ne rencontrent pas les mêmes difficultés que les acteurs des montagnes. Il déplore le fait que les autorités aient soutenu l'élection de Hamid Naciri comme représentant des gîteurs, alors qu'il ne fait pas partie de l'association des gîteurs des Aït Bouguemez. Pour lui, c'est un moyen de délégitimer cette association et d'accentuer les divisions entre gîteurs de la vallée. De plus, pour lui comme pour d'autres guides, le projet de créer une association régionale rassemblant tous les acteurs concernés par le tourisme, pour concrétiser la mise en place du PAT Haut Atlas central, et d'en faire un préalable à la création de bureaux des guides et d'association de gîteurs localisés, est une façon de vouloir contrôler les acteurs touristiques et de dénier toute légitimité aux structures qui existent déjà localement. Ces tensions entre professionnels du tourisme et autorités aboutissent parfois à des conflits. Ainsi, le nouveau syndicat national des guides fustige les autorités, leur manque de connaissance de la profession de guide et l'absence de reconnaissance qu'elles lui accordent. Il réclame un système de protection sociale, pour la santé et la retraite des guides, inexistant jusqu'à maintenant.

Des tensions récurrentes entre acteurs touristiques et autorités locales

Les autorités locales sont également la cible des critiques. Elles sont accusées par les acteurs touristiques de décourager leurs projets, parce qu'elles mettent longtemps à délivrer les autorisations, par exemple pour l'ouverture d'un gîte. Ils leur reprochent leur absence de stratégie en matière de tourisme et de patrimoine. A Taliouine, les aubergistes saluent la volonté de la commune de créer un bureau d'orientation touristique, dans le cadre du Plan Communal de Développement, mais regrettent que la réalisation de ce plan ait été confiée à l'ONG Migrations et Développement, signe de l'incapacité de la commune à le réaliser elle-même.

De plus, certains reprochent aux membres des conseils municipaux qui sont aussi acteurs touristiques d'utiliser la commune pour faire avancer leurs projets personnels. Ces reproches, souvent sous-tendus par une concurrence électorale, ont pour conséquence de bloquer les projets et les collaborations. Par exemple, en 2007 avait été établi un partenariat entre le Géoparc et l'association des amis des Aït Bouguemez, pour restaurer le grenier d'Ibaqliouine. La présidente de l'association, Nejma Jellou, aussi membre du conseil municipal, accusée de confondre engagement politique et engagement associatif, a dû désengager

l'association du projet. Cette défiance à l'égard des communes rend encore plus difficile le dialogue entre acteurs privés et associatifs d'un côté et autorités locales de l'autre côté.

L’absence systématique d’approche participative dans les politiques publiques

Les acteurs touristiques locaux se plaignent de n'être jamais consultés par les autorités, alors que certains projets, tels que les PAT, sont censés encourager la concertation avec eux. Au mieux, ils sont consultés, et souvent de manière formelle, après que les décisions ont été prises. Quant aux populations locales, censées être consultées dans le cadre des PAT, elles disent ne l'être jamais. Des responsables de la SMIT regrettent que « la concertation dans les PAT se fa[sse] plus avec les TO qu'avec les paysans » (C7E3) car « quand, dans les montagnes, les gens ne se sentent pas associés, ils vont tout faire pour saboter les projets ». Ils disent vouloir les associer aux études préalables mais avouent que les responsables administratifs sont trop déconnectés du terrain pour que cela ne soit possible. Le cas de la restauration de l'*ighrem* (grenier) d'Ibaqalioune, dans la vallée des Aït Bouguemez, est emblématique de ces projets menés sans suffisamment de concertation avec les acteurs locaux.

Le projet de restauration du grenier d'Ibaqlioune : un projet imposé par le haut

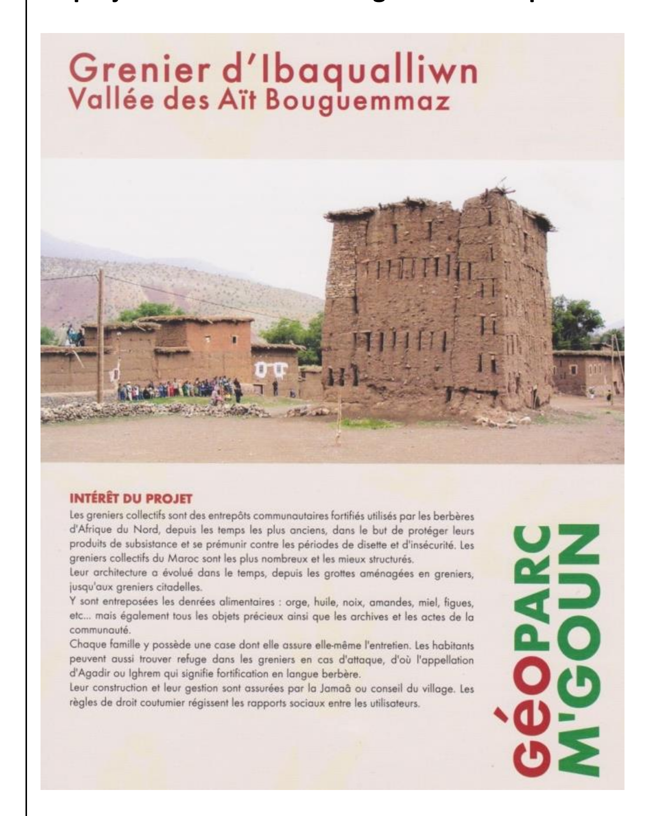


Figure 61 : brochure du Géoparc.

La restauration de l'*ighrem* d'Ibaqlioune, un grenier de village à plan carré dans un état de dégradation avancé, a été financée par le Secrétariat d'Etat au Développement Rural et l'APPGM, et réalisée sous l'égide du Géoparc du M'Goun, sur les conseils et sous la surveillance du CERKAS, maître d'ouvrage, par des artisans bâtisseurs du village voisin. Elle a fait l'objet de vifs débats.

Les associations locales (C8E11, C9E4, C12E5) reprochent au Géoparc et au CERKAS de n'avoir réalisé qu'une partie du travail : la façade extérieure du grenier a été restaurée tandis que l'intérieur, en ruine, n'est pas sécurisé; la fonction et le sens symbolique du grenier n'ont pas été respectés, les cloisons qui séparaient les chambres appartenant aux familles du village, dans lesquelles elles stockaient des denrées alimentaires, ayant été abattues.

Elles y voient les limites d'un projet réalisé sans vision à long terme et sans véritable consultation des associations, alors que celles-ci ont des propositions à faire dans le sens d'une valorisation socio-économique du grenier (centre de formation pour les femmes aux métiers artisanaux et agricoles, de fabrication et de vente des produits du terroir - miel et sculptures sur bois par exemple). Les responsables du Géoparc (C10E20) et du CERKAS (C17E4) insistent sur la faiblesse des relais locaux, la légitimité de l'association villageoise étant minée par ses relations conflictuelles avec les associations des hameaux voisins, et ils reprochent aux artisans bâtisseurs d'avoir mal fait le travail. Quant aux responsables de l'ONG Tétraktys, ils voient dans ces conflits la confrontation entre une vision du patrimoine comme ressource économique, celle des associations locales, et une logique de conservation, celle du Géoparc, qualifié de « rouleau compresseur de la conservation du patrimoine » (C13E2).

Ce cas incite à aller dans le sens des travaux critiques menés en géographie sur les politiques prétendument participatives réalisées dans les montagnes marocaines depuis les années 2000, qui dénoncent le manque de considération qu'elles accordent aux sociétés montagnardes, alors même qu'elles prônent la concertation.

3. Des politiques publiques contradictoires

Les acteurs du tourisme patrimonial critiquent le soutien des autorités à des projets en cours de réalisation ou de réflexion dans des sites de tourisme national. Ils estiment qu'ils sont imposés aux acteurs locaux et qu'ils risquent de détériorer le patrimoine, en contradiction avec les objectifs de durabilité affichés.

Le projet de réaménagement des cascades d'Ouzoud

Le projet de mise à niveau du site des cascades d'Ouzoud[131], mené par les services techniques de la Province d'Azilal, sous l'égide du ministère de l'Intérieur, et financé par les ministères de l'Intérieur et de l'Habitat, la région Tadla-Azilal, la province d'Azilal, la commune d'Aït Taguella et l'INDH, vise à remédier à l'inadéquation des infrastructures existantes.

Figure 62. Actions prévues dans le cadre du réaménagement des cascades

- Amélioration de l'accès : création d'aires de stationnement et de campings supplémentaires ;
- Amélioration des parcours piétons : balisage de circuits de promenade, installation d'un éclairage public et de mobilier (bancs, poubelles, panneaux d'orientation), réalisation de passerelles et de plateformes ;
- Organisation des activités commerciales : déplacement des bazars et des cafés, situés plutôt au pied et le long des cascades, en haut, dans un complexe commercial dédié ;
- Animation : développement des sports de nature (randonnée, acrobranche, via ferrata, parcours VTT, kayak, escalade, parcours santé), création d'espaces verts et de piscines ;
- Protection de l'environnement : mise en place d'un réseau d'assainissement pour limiter la pollution de l'*oued* ;
- Valorisation du patrimoine culturel : construction des nouveaux bâtiments en matériaux locaux (bois et pierre), restauration de moulins à eau.

[131] Sources: entretiens réalisés auprès du directeur des services techniques de la Province d'Azilal (C10E16), des agents de développement de l'ADS (C10E12-13-14-19), du président de l'association des professionnels gîteurs et bazaristes) des cascades d'Ouzoud (C10E17), et Françoise Guinot, Tétraktys (C13E2); documents des services techniques de la Province d'Azilal, de l'ADS et de Tétraktys (voir annexes).

Ce projet est source de conflits locaux. Il est critiqué par les acteurs en présence comme un projet décidé sans qu'ils aient été consultés. Les bazaristes et les cafetiers, regroupés en association, s'y opposent car ils considèrent qu'il va diminuer leur clientèle (ils pensent que les touristes ne feront pas l'effort de se rendre au complexe commercial situé en haut du site), et car ils ne sont pas d'accord avec le type de tourisme qu'il encourage, un tourisme haut de gamme qui risque de favoriser l'installation d'hôtels de luxe tenus par des étrangers. Dans la même veine, des associations *amazighes* de Marrakech et de Demnate (C6E7-11, C7E15, C10E2, C14E5) dénoncent le projet comme un projet de « colonisation » des terres par le ministère de l'Intérieur visant à « folkloriser » la culture locale. De leur côté, les responsables de l'ADS et de Tétraktys le considèrent comme un projet d'équipement purement technique, qui risque de standardiser le site, de lui faire « perdre son âme », plus qu'à en protéger et en valoriser le patrimoine naturel et culturel. Ils constatent que rien n'a été prévu pour faire du SIBE, qui existe depuis 1931, un véritable périmètre de protection de la faune et de la flore, et que les projets d'animation visent à développer les activités sportives plus qu'à valoriser la culture locale. L'ADS pense qu'il est irréalisable car il se heurte au refus des propriétaires des bazars et des cafés d'être déplacés et à l'impossibilité de la commune de les exproprier par manque de moyens financiers pour les indemniser.

En parallèle, un autre projet est mené dans le cadre de la coopération décentralisée, aux alentours du site. Il est porté par l'AADEC, une association de développement qui agit à l'échelle provinciale, et financé par la région Tadla-Azilal, le département de l'Isère, l'ADS, la Délégation provinciale du tourisme et l'ambassade de France.

Figure 63. Les projets réalisés par l'ADS et Tétraktys autour du site des cascades

- Formation de guides et création d'un bureau des guides pour remédier au problème des « faux guides » ;
- Equipement d'un circuit de randonnées autour des cascades ;
- Construction de 4 gîtes privés, formation des gîteurs et appui à la création d'une association des gîteurs ;
- Mise en place de coopératives de poterie et de vannerie ;
- Revalorisation du patrimoine de Tanaghmelt - surnommé le « village mexicain » à cause de son architecture traditionnelle en terre rouge - et de sa *zaouia*, bâtie sur plusieurs étages.

Ce dernier projet est également critiqué par l'association des bazaristes et cafetiers. Elle y voit le signe que les autorités abandonnent la prise en charge du patrimoine à des organismes dotés de peu de moyens ou étrangers, et acceptent la

réalisation de projets valorisant le patrimoine seulement à la périphérie des cascades, comme pour légitimer un projet de standardisation du site lui-même.

Le projet de réaménagement de la station de ski de l'Oukaïmeden

A l'Oukaïmeden plus encore qu'à Ouzoud, les acteurs locaux se voient imposer des projets de développement touristique qu'ils considèrent comme prédateurs et font intervenir des acteurs privés étrangers, sans que leur avis soit demandé[132].

Estimant que le potentiel de la station de ski n'est pas bien exploité (elle connait effectivement des problèmes de fréquentation, du fait d'un problème d'enneigement récurrent, de l'insuffisance des capacités d'hébergement et de l'absence d'animations touristiques, en dehors de quelques compétitions de ski), le Roi a décidé d'appuyer un projet financé par le groupe émirati Emaar sur une superficie de 600 hectares (soit le double de la superficie actuelle du domaine skiable) et pour un montant global de 1,4 milliards de dollars. Le projet vise à étendre le domaine skiable et la saison de ski, en ayant recours à la neige artificielle, et à attirer une nouvelle clientèle, en installant de nouveaux téléskis, 11 hôtels de luxe, un golf 18 trous et un centre commercial. Le réaménagement impliquerait l'élargissement de la route venant de la vallée de l'Ourika et la construction d'un barrage pour alimenter la station en eau. Selon le président de la commune de l'Ourika, il prévoirait également la construction d'un téléphérique qui permettrait de rejoindre la station depuis Tnine l'Ourika (il affirme, au moment de l'enquête, que les expropriations pour préparer cette construction ont commencé).

Certains acteurs locaux sont favorables à ce projet (comme le président de la commune de l'Ourika et le président de la fédération marocaine de ski) et le présentent comme un futur moteur économique pour la région, susceptible de lui donner une image positive. Mais la plupart s'affichent contre. La protestation contre ce projet a d'ailleurs dépassé le niveau local comme le montre l'implication des universitaires en 2008 (ils ont fait circuler une pétition contre le projet et

[132] Sources pour cette étude de cas: entretiens réalisés avec le gardien du site des gravures rupestres (C6P1), la gardienne du refuge du Club Alpin français à l'Oukaïmeden (C11E3), l'ancien président de la Fédération royale marocaine de ski et de sports de montagne et président de l'association Toubkal ski Oukaïmeden (C6E14), des spécialistes du patrimoine naturel et historique de l'Oukaimeden - un botaniste (C6E12), une archéologue (C6E13) et un membre du bureau de l'association marocaine de protection des gravures rupestres (C7E0) -, les présidents des communes de l'Ourika (C5E7), de Setti Fatma (C11E9) et de l'Oukaïmeden (C11E4), des habitants avec qui j'ai eu des conversations informelles, des articles de presse parus entre 2002 et 2012 et le site Internet d'Emaar. J'avais réussi à connaitre le nom de l'architecte en charge des plans de la station, mais celle-ci n'a jamais voulu me recevoir malgré mes demandes répétées.

organisé une marche et une journée d'étude à l'Oukaïmeden). Ces derniers pensent qu'il entraînera une destruction sévère du patrimoine naturel (en puisant des ressources en eau déjà très limitées et en faisant disparaitre des espèces endémiques). Ils dénoncent le manque de respect par les autorités des procédures dans les études d'impacts environnementales : selon le botaniste Fabrice Cuzin, celles-ci auraient été bâclées. Ils pensent que le projet abîmerait encore davantage les sites de gravures rupestres, datant de l'âge de bronze, et qu'il détruirait l'*agdal*, zone de haut pâturage partagé par plusieurs tribus - habité temporairement d'août à septembre par de nombreuses familles, qui logent dans les *azib* (bergeries) - et les rituels qui vont de pair avec la pratique de la transhumance sur l'*agdal*, par exemple les rituels de demande de protection au saint de l'*agdal*, Sidi Fares (comme le dépôt par les femmes de beurre ou de cailloux au creux d'un rocher bien précis ou la réalisation de cairns en son honneur). Selon Michèle, gardienne du refuge du CAF, les *azib* auraient été appelées dans le projet des « villages préhistoriques », signe d'un manque manifeste de considération.



Figure 64 : l'*agdal* de l'Oukaïmeden.

Figure 65 : azib situé à proximité des pistes de ski.

Figure 66 : dans la station, une gravure rupestre entourée de bâtiments.





Les acteurs du tourisme « alternatif » de l'Ourika voient ce projet comme un repoussoir, susceptible de détruire le patrimoine qu'ils veulent protéger et valoriser dans leurs projets. Les présidents des communes les plus proches et les habitants s'opposent au projet parce qu'il a été décidé en haut lieu et imposé sans consultation préalable. Ils dénoncent l'absence prévisible de retombées locales en termes d'emplois : les personnes employées dans les hôtels de luxe viendront selon eux de Marrakech, et l'activité pastorale sera stoppée. De plus, certains pensent, comme Michèle, que l'organisation administrative ne permettrait pas de gérer les conséquences de la venue d'une masse de touristes, alors que la gestion actuelle de la station est déjà chaotique, sa direction étant partagée entre le *caïd* de l'Ourika, le président de la commune de l'Oukaïmeden (créée seulement en 1991) et un directeur rattaché au ministère de la Jeunesse et des Sports. Ils font le constat de l'impuissance de la commune, qui a pourtant des idées pour redynamiser la station en dehors de ce projet (ouverture de gîtes, d'un centre artisanal). Quant aux représentants d'associations *amazighes* telles que le Congrès Mondial Amazigh et l'Association des Populations de Montagnes du Monde, elles dénoncent là encore une « colonisation » des terres, continue depuis la période coloniale. Le projet a été repoussé, à cause de la crise financière, mais il n'a pas été officiellement annulé.

Le projet de station de ski dans la vallée des Aït Bouguemez

Ce projet est à mettre en parallèle d'un projet de création d'une station de ski dans le Haut Atlas central, pour lequel une mission de prospection a été réalisée par le président du conseil provincial d'Azilal, le président de la Fédération royale des sports de montagne et un ancien directeur du CAF que j'ai interrogés[133]. Trois sites sont envisagés: les deux premiers sont situés dans la région des Aït Bouguemez (le premier sur les pentes du Waougoulzat et du Tagafayt, dans la commune de Tabant ; le second sur les pentes de l'Azourki, dans la commune de Zaouiat Ahençal ; et le troisième dans la massif du Kouser, plus au nord-est). Ils pourraient constituer des sites adéquats pour y installer des stations – qui se voudraient intégrées dans le paysage : l'enneigement y est de qualité, et leur situation les met à proximité de vallées électrifiées, dans lesquelles existent déjà des possibilités d'hébergement, ainsi que proches des centres urbains, une fois que sera achevée l'autoroute Casablanca-Beni Mellal. Dans les Aït Bouguemez, mes enquêtes ont montré que

[133] Sources d'informations : entretien avec Philippe Ballet (C7E8) et Plan de développement de la région d'Azilal, les meilleurs atouts pour développer de nouvelles stations de ski : mission de prospection, 11-13 janvier 2011.

personne n'était au courant de ce projet. De fait, dans la vallée, seul avait été rencontré le *caïd*.

Ces projets illustrent la tendance des autorités à vouloir imposer des projets touristiques que les autres acteurs en présence considèrent comme prédateurs. La logique de participation et de valorisation du patrimoine est mise à mal par une démarche *top down*, qui consiste à ne pas consulter les acteurs locaux et, parfois, par une logique de concession - par laquelle un grand projet de développement est concédé à un acteur privé, sur un périmètre déterminé par les acteurs politiques nationaux.

III. Les raisons des tensions et des divergences

Les raisons des difficultés du dialogue et des conflits qui éclatent parfois entre les acteurs touristiques et les autorités sont à chercher dans la différence entre les objectifs poursuivis par les uns et les autres.

1. Des structures et moyens inadaptés

Les carences de l'administration

Les acteurs touristiques comme les responsables des dispositifs publics dédiés au tourisme et au patrimoine, de la commune au ministère, dénoncent le manque chronique de moyens financiers et humains, qui induit une déconnexion par rapport au terrain ; l'absence d'autonomie administrative et financière, qui limite le pouvoir d'intervention des responsables ; les difficultés de communication entre les acteurs institutionnels et l'absence de répartition claire des rôles entre eux, qui freinent les projets.

Des ministères aux procédures complexes qui travaillent en parallèle

Durant les enquêtes, les responsables de la SMIT ont fortement critiqué le fonctionnement du ministère du Tourisme. Ils évoquent les difficultés de financement des Pays d'Accueil Touristiques : à cause de l'inexistence d'un budget qui leur soit dédié spécifiquement, ils sont financés sur les quelques lignes budgétaires prévues dans les programmes triennaux ou quinquennaux de chaque ministère. Cela induit une dépendance à plusieurs budgets – ce qui garantit des procédures administratives lourdes et lentes - et à des calendriers parfois différents. Ils se plaignent aussi de devoir superviser plusieurs PAT à la fois, ce qui les éloigne du terrain : « on passe notre temps à gérer de la paperasse, comment

pourrait-on être plus éloignés la réalité ? » (C7E3). Ils évoquent de plus le manque de concertation entre les instances et dénoncent une concurrence entre les ministères, jaloux de leurs prérogatives : le ministère de l'Intérieur garde la tutelle du CFAMM, bien que la formation des guides ne constitue pas l'une de ses priorités. Cela entraine des procédures complexes : le ministère n'étant pas compétent pour délivrer les attestations officielles, les guides doivent la demander au ministère du Tourisme, ce qui peut prendre plusieurs mois.

Un pouvoir d'action des régions et des provinces limité

Les responsables des projets menés à l'échelle des régions et des provinces font le constat de leur faible capacité d'action. Nous avons pu l'entendre lors de la réunion organisée dans le cadre du projet de recherche MIST-AA, à Marrakech, en janvier 2012 (C18FG), qui a rassemblé des représentants du Conseil régional du tourisme de Marrakech et du ministère de l'Intérieur à la Province Al Haouz, le coordinateur du PAT à la Province Al Haouz et la directrice du Parc national du Toubkal. Ils se plaignent de la faiblesse des moyens financiers et humains (petit nombre d'employés dans les parcs et manque de formation des employés) que leur accorde leur ministère de rattachement. Dans la discussion, ils se rendent compte du manque de coordination existant entre eux. D'autres relèvent l'inadéquation des structures mises en place. Ainsi, le directeur du Géoparc critique le statut associatif accordé au Géoparc : s'il permet de recevoir des financements, cela ne lui donne aucun pouvoir de décision. D'autres encore regrettent qu'il faille avoir des soutiens de parlementaires ou de ministres pour être entendu.

En ce qui concerne les projets réalisés à l'échelle régionale, la collaboration entre la région Tadla-Azilal et le conseil départemental de l'Isère est également riche d'enseignements. La confrontation des entretiens réalisés avec les responsables de cette collaboration, Naïma Chakiri pour l'ADS et Françoise Guinot pour Tétraktys, a permis de mettre en lumière les désaccords qui rendent parfois difficile cette collaboration. Naïma Chakiri trouve que les projets prennent systématiquement du retard à cause, selon elle, d'un système de financement trop complexe, lié à la différence de statut entre les partenaires, une agence publique et une ONG. Elle est déçue des transferts de savoir-faire réalisés et estime que le partenaire français ne donne pas assez de responsabilités aux partenaires marocains, gardant l'essentiel de la gestion et de l'argent. Elle attribue cela à un complexe de supériorité de l'ONG française : « c'est une question de mentalité, ils se prennent pour les chefs » (C10E19). De son côté, Françoise Guinot dénonce des lourdeurs administratives, qu'elle relie aussi en partie au partenariat entre des acteurs qui ont des compétences différentes. Selon elle, la difficulté principale réside dans l'absence de

décentralisation, qui donnerait davantage de liberté d'action aux régions, et dans le manque d'implication général des autorités pour le tourisme en montagne, qui induit une dépendance des acteurs touristiques aux tours opérateurs. Pour Françoise Guinot (C13E2) :

> « On ne peut pas demander aux TO de redistribuer les bénéfices du tourisme et d'enclencher le développement. Le tourisme ne peut pas générer une meilleure répartition des richesses sans volonté des autorités. Sans l'Etat, ce n'est que du palliatif. On ne peut pas aller plus vite que les processus sociaux et historiques».

Les difficultés de la coopération décentralisée sont donc liées pour l'une des actrices à la trop grande dépendance à des acteurs externes, entretenue par ceux-ci, et pour l'autre au manque de pouvoir attribué par le pouvoir central aux régions.

Des autorités locales volontaires mais aux moyens d'actions eux aussi limités

A l'échelle communale, aux dires des présidents des communes interrogés, le manque de moyens est encore plus criant. Le budget est limité : les communes doivent gérer la venue des touristes sans obtenir plus de moyens de l'activité touristique. Certains envisagent de créer un camping municipal, pour alimenter le budget. De plus, dans les conseils communaux, il y aurait peu de personnes compétentes. Faisant le constat de ces difficultés, certains membres des conseils se tournent vers une activité associative, ce qui contribue d'autant à décrédibiliser les communes. Hassan Ourdagh, secrétaire de la commune d'Ourika, fondateur de l'AABDBO, raconte ceci (C4E8) :

> « La fonction de secrétaire de la commune me donne peu de latitude pour agir pour la vallée. Je m'intéresse plus au monde associatif qu'à ma profession, parce que les associations permettent de faire plus de choses localement. J'ai créé cette association quand j'ai compris que les pouvoirs de la commune étaient trop limités et que la région était délaissée par les pouvoirs publics ».

Quant aux *caïds* que j'ai interrogés, à Tighdouine (C4E7) et à Tabant (C4E7), ils adoptent un discours consensuel sur la nécessité de développer un tourisme respectueux du patrimoine. Mais ils ont une connaissance limitée des projets touristiques. Ils sont vus par les acteurs touristiques comme apportant peu à leur réflexion et à leur action. De fait, relais du ministère de l'Intérieur, leur fonction est de contrôler et surveiller plus que de développer.

On constate donc que les politiques publiques censées encourager un tourisme patrimonial sont freinées par les carences des administrations. Elles le sont aussi par le fait que les instances se rejettent en permanence les responsabilités.

Des dispositifs inadaptés aux montagnes marocaines

Durant la réunion d'acteurs institutionnels (C18FG), ceux-ci ont critiqué l'invention continue de nouveaux produits et leur lancement alors qu'ils ne sont pas encore prêts, le manque de concertation entre les acteurs, qui conduit à la mise en place de structures redondantes, comme peuvent l'être le PAT Haut Atlas occidental-Al Haouz et le parc national du Toubkal. Eux, comme les acteurs touristiques locaux, critiquent également la mobilisation, depuis les années 1980, de modèles d'inspiration étrangère non appropriés. Il est vrai que les Pays d'Accueil Touristiques et leurs ancêtres, les Pôles d'Economie du Patrimoine (pour lesquels des études avaient été réalisées, par l'université de Fès et l'université de Grenoble, mais qui n'ont pas été mis en œuvre), sont inspirés d'expériences françaises. Avant cela, le produit Grande Traversée des Atlas Marocains, mis en place au temps du PHAC, était inspiré de la Grande Traversée des Alpes. Selon Tétraktys, ces modèles sont inadéquats car ils sont appliqués dans un contexte administratif et politique complètement différent, dans lesquels la décentralisation n'est pas assez aboutie pour mettre en œuvre des projets qui se veulent participatifs et dans lesquels le tourisme en montagne n'est pas une priorité nationale, ce qui ne peut que conduire à leur échec.

Des échelles d'intervention inadaptées

Les échelles auxquelles il est prévu de mettre en œuvre les politiques publiques sont jugées particulièrement inadéquates. Selon Mohamed Imharken (C8E12), président de l'association des gîteurs des Aït Bouguemez, l'échelle provinciale, à laquelle sont mis en place les PAT, ne permet pas de penser les pratiques des touristes, qui viennent le plus souvent directement de Marrakech, sans s'arrêter à Azilal. Quant à l'échelle régionale, à laquelle les gîteurs et hôteliers sont incités à se coordonner, elle ne correspond pas aux difficultés auxquelles ces acteurs touristiques doivent faire face, trop différentes. D'autres critiquent les périmètres des PAT et les périmètres régionaux projetés dans la Vision 2020[134] comme étant trop larges, délimités sur des critères plus naturels et administratifs que culturels, alors qu'ils sont censés avoir une cohérence patrimoniale, et comme ne permettant pas de valoriser les identités vécues, dans leurs nuances locales et régionales. Ainsi, pour Saïd Drif, employé à la Délégation régionale du tourisme (C14E8), travailler sur la valorisation touristique du patrimoine à l'échelle de la région Souss Massa Draa

[134] La Vision 2020 prévoit un découpage du Maroc en 8 territoires, qui dépassent les découpages administratifs, pour en faire 8 destinations. La montagne et les oasis de l'Est marocain sont regroupés dans le territoire « Atlas et Vallées », autour de Ouarzazate (http://www.tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/territoires-touristiques-0).

ou à l’échelle d’un territoire « Souss-Sahara Atlantique », qui irait d’Agadir et de son arrière-pays jusqu’à Laâyoune, comme le propose la Vision 2020, ne convient pas : ces échelles-là ne correspondent pas à des échelles d’identification locale, qui donnent sens au patrimoine. Elles passent sous silence des différences culturelles importantes, comme la différence entre la plaine du Souss et la montagne de l’Anti Atlas, qui regarde davantage vers Ouarzazate que vers Taroudant.

2. Des objectifs différents

Les politiques publiques en matière de tourisme et de patrimoine sont critiquées aussi parce qu'elles sont sous-tendues par des objectifs différents de ceux poursuivis par les acteurs privés et associatifs du tourisme patrimonial. Ces derniers accusent les autorités de poursuivre des objectifs moins culturels que marketing (créer de nouvelles destinations et les commercialiser) et organisationnels (fédérer les acteurs pour créer de nouveaux produits), ou, à l’inverse, de n’agir que dans l’optique de la conservation. L’absence de soutien aux projets touristiques mobilisant les identités *amazighes*, le manque d’effort pour mener à bien les programmes publics en faveur du tourisme rural et de la valorisation du patrimoine et le soutien à des projets commerciaux sont compris comme un projet politique.

Contrôler les revendications identitaires

Une absence de volonté politique de réaliser des projets pour la montagne

Pour certains, il n’y a pas de volonté politique réelle de faire quelque chose pour les montagnes. Les acteurs institutionnels présents au *focus group* admettent à demi-mot que le tourisme en montagne est loin d’être un créneau prioritaire. Il constitue plutôt une manière de diversifier la destination Marrakech et de faire-valoir la « durabilité » des politiques touristiques. La montagne reste une destination secondaire par rapport à Marrakech et aux destinations balnéaires. On peut interpréter cela comme un choix comptable - les gîtes de montagnes ne sont pas imposés, contrairement aux grands hôtels en ville et dans les stations balnéaires - et comme un choix politique : pour le président du Géoparc, l’absence d’encouragement donné au tourisme en montagne, l’absence de loi-montagne, instaurant des mécanismes de solidarité nationale en faveur des zones de montagne, le manque d’approfondissement de la décentralisation, visent à maintenir un contrôle sur les marges.

Le contrôle de la production des identités infranationales

Comme certains acteurs, on peut aussi être tenté d’interpréter l’absence d’encouragement donné par les autorités aux projets touristiques valorisant les

identités comme une réticence générale à appuyer des projets qui ont rapport de près ou de loin avec l'identité *amazighe*, perçue comme une source potentielle de troubles politiques dans un contexte - celui du « printemps marocain » - propice à l'affirmation des revendications identitaires au Maroc, et comme une volonté du pouvoir central de contrôler la production des identités infranationales. Ainsi, pour désamorcer les revendications *amazighes*, les autorités soutiennent des projets qui n'évoquent pas l'*amazighité* ou qui ont tendance à la présenter comme une identité figée dans le passée et non comme une identité vivante, pouvant faire l'objet de stratégies politiques. Par exemple, les PAT et les parcs valorisent avant tout le patrimoine naturel et le patrimoine des savoir-faire, et les discours sur ces derniers s'attachent à rester apolitiques : l'amazighité est à peine mentionnée et toute référence au mouvement *amazigh* est exclue. Un autre exemple parait encore plus révélateur. Françoise Guinot (ONG Tétraktys) raconte qu'elle a été rappelée à l'ordre lors d'une réunion avec des représentants de la région Tadla-Azilal. Elle avait proposé qu'on se préoccupe plus de la culture berbère. Sa proposition a été vécue comme agressive. Ses interlocuteurs lui ont dit qu'il fallait faire attention avec les revendications *amazighes* et qu'on prenait des risques en les mettant en avant. La réaction hostile des autorités à l'*amazighité*, qu'elle soit supposée ou réelle, est vécue de manière différente par les acteurs touristiques locaux. Certains gomment toute référence à l'*amazighité* et pensent que les projets des militants *amazighs* risquent de décrédibiliser tous les projets touristiques mobilisant des identités et de voir suspendus les financements publics. D'autres, au contraire, entendent faire connaitre leur vision de l'identité *amazighe*, quitte à forcer la dimension militante, et rejettent les financements publics. Certaines associations *amazighes* (C14E1, C15E2) considèrent que les fonds accordés par l'IRCAM visent à encadrer les projets des associations du monde rural pour mieux les dépolitiser. Ici, le tourisme apparait donc comme un lieu où les acteurs touristiques négocient avec l'Etat les identités infranationales ou ethniques.

Contrôler les associations rurales

Par ailleurs, le manque de soutien des autorités aux tentatives de création d'associations regroupant les acteurs touristiques à l'échelle locale peut être interprété comme une volonté de casser les solidarités et de garder le contrôle sur les organisations professionnelles et la société civile. En choisissant d'accorder un soutien à tel projet plutôt qu'à tel autre, et en encourageant la création d'associations professionnelles à d'autres échelles, les autorités semblent encourager les divisions au sein du monde rural, pour mieux le contrôler. L'encouragement donné à la multiplication des associations après 2008 se

comprend comme une réponse à la mise en place de l'Initiative de Développement Humain, dont une grande part des financements sont dédiés à des projets portés par des associations, comme une réponse à une demande de la communauté internationale, visant à encourager la structuration et la participation de la société civile au projets de développement, mais surtout comme un moyen pour l'Etat de canaliser et de contrôler les élites, déçues, comme on l'a vu précédemment, de l'action qu'elles peuvent mener dans les conseils municipaux. Certains militants *amazighs* voient ainsi dans les financements de l'IRCAM accordés à des projets réalisés en milieu rural un moyen d'attiser la concurrence entre les associations de développement et les associations *amazighes*, une stratégie pour diviser pour mieux contrôler le milieu associatif.

Conclusion

La mise en tourisme des identités dans les marges constitue un révélateur de la manière qu'ont les autorités de considérer les questions identitaires et les montagnes au Maroc, et de la façon qu'ont les acteurs locaux de négocier avec elles la promotion des spécificités culturelles des montagnes. Pourtant, il semble que les identités mises en tourisme ne puissent pas à proprement parler être négociées avec les autorités, car celles-ci n'instaurent pas les conditions du dialogue. Elles s'efforcent d'imposer une vision des identités montagnardes standardisées tout en sapant l'expression de l'a*mazighité*.

Les rapports entre les autorités et les acteurs touristiques et, plus largement, les acteurs locaux, qui peuvent être taxés de néocoloniaux, poussent les acteurs à se tourner vers les ONG étrangères, pour tenter de pallier les insuffisances des autorités et résister à leurs pressions. Cela a pour conséquence de freiner l'émergence d'une offre alternative plus visible et la structuration des acteurs touristiques, et de renforcer leur dépendance à l'égard d'acteurs tiers.

Chapitre 9.
La négociation des identités avec les acteurs locaux

Les acteurs du tourisme patrimonial négocient les identités qu'ils revendiquent à travers leurs projets « par le haut », avec les autorités. Souvent, ils se voient imposer des projets qui vont à l'encontre des leurs. Ils les négocient également « par le bas », avec les autres acteurs locaux. Ils s'efforcent de leur faire accepter leur projet, de collaborer avec eux, de faire en sorte qu'il leur soit utile, et de valoriser des identités vécues par ceux-ci. Comment sont reçus leurs projets ? Les identités qu'ils mobilisent sont-elles reprises à leur compte par les acteurs locaux ou bien font-elles l'objet de conflits avec les porteurs des projets ?

Répondre à ces questions réclame une mise au point terminologique. En utilisant l'expression « autres acteurs locaux », je parle des acteurs économiques et sociaux qui interviennent à l'échelle locale, qui ne sont pas des acteurs touristiques ni des acteurs administratifs, et qui sont concernés par l'activité touristique. Je parle aussi des « autres acteurs locaux » pour montrer que les catégories « porteurs des projets » et « acteurs locaux » ne sont pas des catégories hermétiques : les porteurs des projets peuvent être considérés - et se considèrent eux-mêmes - comme des « acteurs locaux », pour de multiples raisons (parce qu'ils interviennent à l'échelle locale, parce qu'ils font souvent partie des élites locales, parce qu'ils se sont attachés affectivement aux territoires dans lesquels ils réalisent leurs projets). Cette expression, cependant, est loin d'être satisfaisante. Les porteurs de projets sont parfois pointés du doigt comme des « acteurs exogènes ». Dans ce cas, il faut interroger les motivations de ceux qui les nomment ainsi. La catégorie « acteurs locaux » n'a d'intérêt que pour être questionnée et parce qu'elle permet de mieux comprendre les positionnements des multiples acteurs en présence. J'aurais pu parler d'« habitants » ou de « population ». Mais ces termes laissent craindre, selon Olivier de Sardan (2008), une approche populiste et exotisante, qui risque de conduire le chercheur à idéaliser les groupes étudiés, à en faire un tout homogène, sur le modèle de la communauté paysanne traditionnelle consensuelle, alors que toute société, tout groupe d'acteurs a des contours flous, est complexe, est traversé de rapports de pouvoir multiples. Olivier de Sardan propose « d'abandonner les prétentions d'acteurs totalisantes […] pour se satisfaire de « bouts de peuple » singuliers et hétéroclites » (p. 223).

Pour rendre compte de la complexité des groupes étudiés et de la complexité de leurs trajectoires, on peut utiliser le terme de « société localisée », qui fait écho aux réflexions d'Arjun Appadurai (2001 [1996]) sur la « locality ». Il emploie ce terme pour désigner la manière avec laquelle les groupes humains expriment leur singularité. Pour lui, l'identification à un territoire est loin d'être le seul moyen d'expression identitaire, et, lorsque les groupes s'identifient à un territoire, celui-ci n'est plus automatiquement et prioritairement celui de l'Etat-Nation. Il observe que de nombreux groupes expriment leur spécificité en recherchant un ancrage local tout en mobilisant des ressources liées à la mondialisation (réseaux de personnes, flux de marchandises et d'informations, idées et référents qui circulent à l'échelle internationale). Le terme de « société localisée », dans la lignée des réflexions d'Appadurai, permet donc d'envisager la « localisation » des acteurs comme un processus, dans sa complexité, et comme une dialectique local/global. On peut aussi utiliser des termes mis systématiquement au pluriel (« les sociétés d'accueil », « les sociétés locales », « les sociétés localisées »). On peut également utiliser le terme d'« acteur », dynamique, qui permet de considérer les sociétés d'accueil comme susceptibles de rejeter ou de s'approprier les projets touristiques, et celui de « groupe d'acteurs », qui permet de prendre en compte les dissensions qui peuvent exister au sein de ces sociétés sur l'attitude à adopter vis-à-vis de l'activité touristique. Ces réflexions sur la délimitation des groupes d'acteurs rejoignent celles des « subaltern studies » sur la délimitation du groupe « subalterne » et sur la place des élites dans ce groupe : elles invitent à reconsidérer la place des porteurs des projets dans les sociétés locales.

Différents auteurs invitent à considérer le processus de patrimonialisation dans les Suds comme un processus *top down*, imposé à la faveur de la colonisation et de la mondialisation par une élite qui se serait appropriée la notion de « patrimoine », présentée comme « occidentale » (Skounti 2008 et 2010, Tebaa 2010). Il s'agira dans ce chapitre de répondre à cette question : assiste-t-on à l'imposition par une élite, à laquelle appartiendraient les acteurs du tourisme patrimonial, de projets en décalage avec les souhaits des autres acteurs locaux et avec les identités que ceux-ci revendiquent ? La thèse que je vais défendre ici est que la mise en tourisme de patrimoines et d'identités constitue bien un processus élitiste, mais que, depuis peu, il est investi par certains acteurs locaux, des migrants qui reviennent et s'investissent au village, des associations villageoises et/ou des *jemaa.*

Ici, je m'appuie principalement sur l'analyse des entretiens que j'ai réalisés avec les autres acteurs économiques (paysans, artisans) et sociaux locaux (présidents d'associations et d'assemblées villageoises, membres de ces instances). Je n'ai pas

réalisé d'enquêtes à grande échelle, en interrogeant systématiquement tant de personnes dans chaque village étudié. Mais je me suis efforcée d'identifier et d'interroger les personnes concernées directement par les projets de tourisme patrimonial et celles qui réagissent à ceux-ci. Secondairement, dès que l'occasion se présentait à moi, j'ai discuté de manière informelle avec des personnes connues localement pour avoir un avis éclairé, et avec des personnes croisées au hasard, pour avoir des points de vue les plus variés possibles sur les projets, et pour saisir l'avis des personnes concernées indirectement par ces derniers.

I. Des projets peu appropriés localement

Les porteurs des projets de tourisme patrimonial sont confrontés au manque d'intérêt et aux critiques des acteurs locaux, et remarquent que leurs projets suscitent peu d'implication locale.

1. Un intérêt limité pour le patrimoine

Ils constatent que la majorité des acteurs locaux se sent peu concernée par la question patrimoniale. Ainsi, à l'Ecomusée berbère, Patrick estime que « les habitants de Tafza sont fiers d'être berbères mais [qu']ils n'en sont pas vraiment conscients et n'ont pas vraiment envie de préserver cela » (C1E18). Ce manque d'intérêt, qui rend difficile leur implication dans l'écomusée, s'explique par plusieurs raisons.

Un usage et des représentations différents des objets patrimonialisés

Les acteurs touristiques observent tout d'abord que les pratiques et les objets qu'ils considèrent comme du « patrimoine » n'ont pas le même sens pour les autres acteurs locaux. Ils regrettent que, bien souvent, ces derniers soient indifférents aux objets qu'ils n'utilisent plus au quotidien, que les poteries soient remplacées par des contenants en plastique et qu'ainsi du patrimoine se perde. A l'inverse, ils estiment que l'usage toujours effectif de certains objets les dégrade. Par exemple, ils déplorent que les paysans du village d'Ibaqaliouine, dans les Aït Bouguemez, utilisent les dalles en pierre sur lesquelles on trouve des traces de dinosaures comme une aire de séchage et de battage du blé, malgré l'installation par le Géoparc de panneaux explicatifs. Alors que les paysans accordent une valeur d'usage (agricole) à la dalle, les acteurs touristiques accordent aux traces de dinosaures une valeur elle aussi économique (ces traces peuvent être le support

d'activités touristiques, constituer une halte dans un circuit) mais aussi historique: elles disent quelque chose de l'histoire longue de la vallée.

Une conscience identitaire et patrimoniale micro-locale

Une identité collective familiale et villageoise

De plus, les acteurs touristiques constatent que la conscience identitaire des acteurs locaux est avant tout familiale et villageoise et qu'ils se mobilisent prioritairement autour du patrimoine emblématique de ces identités, alors qu'eux voudraient valoriser des identités plurielles, emboîtées, du village à la tribu. Cela confirme l'idée d'Ali Amahan (1998) selon laquelle les organisations sociales d'avant le Protectorat, qui ont le mieux résisté et autour desquelles se cristallisent les identités collectives, se déploient à l'échelle micro-locale.

De fait, j'ai pu remarquer, lorsque j'interrogeais les acteurs locaux sur les groupes auxquels ils se sentent appartenir, qui font sens pour eux, qu'ils me parlaient de la famille élargie (soit du lignage, rassemblement de plusieurs groupes familiaux comportant plusieurs foyers au sens strict, appelé *takat* par les ethnologues depuis la période coloniale[135]). Et j'ai observé qu'ils agissent volontiers à l'échelle du hameau, échelle à laquelle correspond un lignage. Ainsi, dans la vallée des Aït Bouguemez, il y a deux associations pour les deux hameaux voisins d'Ibaqaliouine et d'Aït Ayoub, traditionnellement rivaux.

Surtout, ils se reconnaissent dans la localité, le village appelé *douar*, et dans les instances représentant les lignages qui le composent, la *jemaa* (soit l'assemblée des chefs de familles, qui gère les affaires de la communauté et règle les conflits) ou l'association, lorsqu'elle a pris la suite de la *jemaa*. Ainsi, à Rbat, dans la vallée des Aït Bouguemez, à la demande de l'association villageoise, chaque famille a apporté des objets artisanaux qu'elle n'utilisait plus, pour créer un musée. Ces instances semblent être les plus dynamiques, et le village, l'échelle d'identification la plus importante.

Une identification persistante à la fraction et à la tribu?

Pourtant, comme le précise Amahan, la littérature ethnologique coloniale et postcoloniale n'a prêté que peu d'attention au village et à la *jemaa*. Il est vrai que les auteurs se sont focalisés sur les unités sociales de niveau supérieur : l'*ighs* (soit

---

[135] Je me réfère aux études ethnologiques sur l'évolution des organisations sociales traditionnelles suivantes: Amahan (1998), Berque (1974 [1954] et 1978 [1955]), Bouderbala (2007), Gellner (2003 [1969]), Hammoudi (2001 [1977]), Leveau (1985), Mahdi (1999), Montagne (1930), Naciri (2007) et Pascon (1983 [1977]).

un groupe de lignages ayant un ancêtre commun, un ensemble de localités pas nécessairement mitoyennes, et dont le conseil est élu par les *jemaa*) ; le *leff* (*amqoun* en berbère, qui désigne un ensemble d'*ighsan*) ; la fraction, dont Berque et Montagne font l'unité la plus dynamique de l'organisation sociale tribale ; la tribu et la confédération de tribu. Pour Amahan, ces échelons, depuis la colonisation, n'ont plus de réalité ni sociale, ni politique, ni en terme d'identification : l'*ighs*, basé sur des liens de complémentarité économique, familiale, mais aussi politique, a été fortement combattu par les autorités coloniales ; la fraction a cessé d'être une instance de coordination car l'*amghar*, chef du conseil de fraction, a été nommé par le Protectorat puis par le *caïd*, relais du *makhzen* ; et les tribus ont été considérablement affaiblies car elles ont été placées sous la coupe des *caïd* traditionnels puis du ministère de l'Intérieur, jusqu'à n'avoir plus aucune reconnaissance légale, comme les autres instances. Elles ont été remplacées par la commune et le *caïdat* - créées pour détribaliser la campagne, les limites des communes coïncidant souvent avec celles d'une ancienne tribu -, par le *khalifat* au niveau des fractions et par le *moqqadem*, au niveau des villages.

Comme Amahan, j'ai constaté le manque de réalité de ces instances traditionnelles, en termes de mobilisation, d'action et d'attachement. En dehors du *douar* et de la *jemaa*, seule la fraction m'a paru garder une certaine importance, encore que, parfois, on ne s'identifie qu'à une partie d'une fraction. A Aït Ali, sur le plateau du Yagour, les présidents des associations évoquent la fraction Aït Inzel, divisée en deux ensembles, l'un en altitude, et l'autre plus bas, et disent s'identifier au second ensemble, auquel appartient le village, car ils se reconnaissent dans un mode de vie marqué davantage par l'altitude. Dans la vallée des Aït Bouguemez, il est souvent fait référence à l'appartenance à une fraction (Aït Hakim dans la haute vallée ; Aït Ouanougdal et Aït Ouriat dans la partie centrale ; Aït Mihiya dans la basse vallée[136]) et aux actions réalisées à cette échelle, comme la gestion des ressources naturelles, particulièrement des zones de pâturages et des sources[137].

Plus rarement, j'ai aussi constaté que les acteurs locaux s'identifient, en plus, à la tribu. C'est le cas dans la vallée des Aït Bouguemez, où l'on se revendique facilement « Aït Bouguemez » - j'ai quelquefois entendu « bouguemezien(ne) ». Pourtant, selon Auclair *et al* (2007), cette dénomination date de la période coloniale : dans les années 1930, le colonisateur, à travers le Bureau des affaires

[136] Même si, à Ibaqaliouine, Aït Imi et Tabant, j'ai constaté que l'identification à l'une ou l'autre des fractions était plus problématique.

[137] Cela va dans le sens des études réalisées par Lecestre-Rollier (1992) sur les organisations traditionnelles dans la vallée des Aït Bouguemez.

indigènes, avait constitué la « tribu des Aït Bouguemez ». Elle correspondait à un ensemble naturel, bordé par des crêtes, plus qu'à un ensemble social traditionnel ancien. Le périmètre de la commune de Tabant et du *caïdat* reprend à peu près cet ancien périmètre. Les habitants de la vallée ont fini par s'approprier ce référentiel tribal inventé à la période coloniale. Selon différents guides et gîteurs interrogés dans la vallée, le tourisme a facilité cette appropriation : à partir des années 1980 et du lancement du PHAC, la vallée a été identifiée comme « la vallée des Aït Bouguemez ». Depuis lors, les brochures des TO mettent en avant la tribu mais en la débarrassant de son histoire coloniale. Il semblerait également que le tournage de séries pour la télévision dans la vallée, qui mettaient en scène la culture « Aït Bouguemez », a eu un impact sur ce processus de réappropriation. Cependant, ailleurs, j'ai moins entendu les acteurs locaux se référer à la tribu. Dans le Zat, seuls les acteurs touristiques parlent de la confédération de tribus des Masmouda et de la tribu Messfioua. C'est la même chose à Taliouine avec la confédération de tribus des Aït Ouazguit.

Si les acteurs touristiques valorisent, à travers le patrimoine, une identité villageoise, ils ne prennent pas en compte les autres identités vécues par les sociétés d'accueil à une échelle micro-locale, celle du lignage, et à une échelle plus large, celle de la fraction. Ils mettent aussi en avant des identités tribales qui ne font pas sens pour beaucoup d'acteurs locaux.

Une identité populaire berbère/amazighe?

De même, lorsque les acteurs locaux parlent d'identité « berbère » ou « *amazighe*», ils n'entendent pas la même chose que les porteurs des projets touristiques. Ils n'ont pas spontanément en tête, comme eux, la référence à un ensemble culturel défini à l'échelle du Maroc mais aussi de l'Afrique du Nord voire de la diaspora. Une personne âgée avec laquelle je discutais à Tagmoute me dit ainsi (C1P3) :

> « Tu sais, nous, on se sent surtout du village, c'est là qu'on vit, qu'on se sent chez soi, tout le reste, comme être Berbère, ça nous concerne aussi, mais moins directement. On est bien des Berbères mais des Berbères de Tagmoute ».

Il faut néanmoins préciser de quel « acteur local » on parle car, en matière d'identification, la place dans la hiérarchie sociale locale a son importance. Les identités valorisées par les acteurs touristiques semblent correspondre surtout aux identités vécues par les élites locales. L'identification à des référents d'échelles plus vastes concerne ceux qui ont connu un épisode de migration et les élites locales, les notables, qui composent les *jemaa* et les associations villageoises.

C'est ce que je constate en analysant les propos du président de l'association de Tagmoute (C15E5) :

> « Je me sens de Tagmoute, de Taliouine, de l'Anti-Atlas et aussi Berbère. Tout ça à la fois c'est moi. Mais c'est sûr que c'est quand je suis parti du village pour aller travailler à Agadir que je me suis vraiment rendu compte de tout ça».

Une identité collective musulmane

Enfin, les porteurs des projets de tourisme patrimonial mettent peu en avant la composante musulmane de l'identité locale. Tout au plus les guides donnent-ils quelques explications sur la religion. En passant près d'un marabout, comme celui de Sidi Moussa dans la vallée des Aït Bouguemez, ils expliquent ce que sont les saints dans l'Islam, et quelles sont les croyances et les rites locaux (dans le cas de Sidi Moussa, ils racontent que les femmes stériles viennent passer une nuit près de la tombe du saint pour avoir un enfant). Ils disent vouloir valoriser l'identité musulmane uniquement en tant qu'élément d'une culture populaire locale, et pour la présenter comme tolérante. Certains montrent comment elle a coexisté avec la religion juive pendant des siècles. Les militants insistent encore moins sur la dimension religieuse des identités sauf pour en évoquer la face politique et prôner la laïcité. Tous craignent l'influence des « barbus » comme les appellent Khalid à Tafza, soit ceux qui pratiquent la religion de manière stricte, car ils seraient contre la valorisation de la culture populaire et ses manifestations festives telles que les *ahouach*, et contre la valorisation de la religion musulmane populaire, avec ses saints et ses rites qui, selon eux, relèvent de la superstition.

Pour les hommes membres de l'association villageoise, les femmes et les personnes âgées de Tafza que j'ai interrogés, la religion musulmane constitue une part primordiale de leur identité, au point que la rénovation de la mosquée a constitué la priorité de l'association, au moment de son lancement. C'est le cas dans bien d'autres villages. Néanmoins, au lieu de réclamer une valorisation plus importante de l'identité musulmane ou de critiquer la mise en avant de la culture populaire, comme je m'y attendais, le *fqih* (*imam*) que j'ai interrogé à Tafza (C11E2) s'est dit intéressé par la démarche proposée à l'écomusée et a demandé à ce que les spécificités locales, villageoises, soient davantage valorisées.

A certains égards, les identités mises en tourisme ne correspondent pas au vécu local. Du moins, elles se rapprochent de celles des élites locales. Cela explique en partie la mobilisation des acteurs locaux autour d'autres patrimoines,

emblématiques d'autres facettes de leurs identités collectives, plutôt qu'autour des patrimoines valorisés par les acteurs du tourisme patrimonial.

Une demande de développement plus que de mémoire

Le faible intérêt des acteurs locaux pour le patrimoine qu'ils valorisent s'explique surtout, selon les acteurs touristiques, par le fait qu'une majorité d'entre eux se préoccupe davantage de la survie, de la résolution des problèmes d'équipement de base, que de la sauvegarde du patrimoine. Les paroles d'Ahmed Bellaouim président de la commune de Tighdouine et de l'AAZ (C3E1) éclairent cette vision :

> « Les gens ne sont pas encore conscients de l'identité. On voudrait développer une 3e voie de développement, basée sur l'identité. Il ne faut pas perdre son identité, mais l'intégrer aux politiques de développement. C'est difficile car beaucoup de traditions ont disparu, et cela bien avant l'arrivée du tourisme. Par exemple, avant il y avait un *moussem* de Sidi Ahmed El Wafi. On égorgeait un taureau, on faisait des danses, ça durait plusieurs jours. Mais maintenant, avec la modernité, ça n'existe plus. Les gens veulent la modernité et le développement tout de suite, et le reste ils s'en fichent. Les gens ne voient plus d'intérêt dans les traditions. Ils veulent le développement quitte à perdre leur identité. Comme ils se sont éloignés de certaines traditions, quand ils les montrent aux touristes, ça tourne vite à la folklorisation. C'est le cas pour *ahouach*. On n'est pas dans la 3e voie, on tend vers le bâtard, pas dans le respect des traditions. On fait *ahouach* en jean! On a fait des choses pour le patrimoine naturel, avec des projets de reboisement, qui est vraiment une priorité, car les taux de prélèvements sont trop importants et empêchent le renouvellement de la forêt, à Talatast on a installé des fours à gaz pour la poterie, plus écologiques. Mais on a fait peu pour le patrimoine culturel. C'est difficile car la population ne veut plus de ce patrimoine. On a une tendance à l'uniformisation avec la télévision. Mais on ne peut pas tout préserver non plus. Il faudrait préserver sans conserver, accéder à une sorte d'authenticité modernisée. C'est difficile! Il faut une base d'acteurs, un intérêt de la population, mais celui-ci n'existe pas, et une base socioéconomique. Les gens attendent le développement, et c'est vrai que c'est la base. Les projets culturels ne sont pas la priorité. Avec l'association on avait le projet de créer une troupe d'*ahouach* mais on a laissé tomber car les gens, ça ne leur disait rien. Ce serait forcer les choses. On le ferait s'il y avait une demande de la base. Leur problème, et donc notre priorité, c'est le développement ».

Le diagnostic qu'il fait du rapport des sociétés d'accueil au patrimoine, confirmé par certaines études réalisées sur la patrimonialisation dans les montagnes marocaines (Senil 2011) et par mes enquêtes, montre que les projets de développement patrimonial sont freinés par la disparition des traditions, par la pauvreté - qui fait du développement une priorité et laisse peu de moyens pour la

sauvegarde du patrimoine -, par le fait que les acteurs locaux aspirent à la modernité plus qu'à la préservation des traditions - bien qu'ils déplorent souvent leur disparition -, et par le fait qu'ils voient le tourisme comme un moyen de gagner rapidement de l'argent, quitte à détruire le patrimoine, au lieu de valoriser le patrimoine à travers le tourisme - ce qui pourrait, à long terme, leur rapporter plus tout en préservant le patrimoine.

Il y a bien entre la majorité des acteurs locaux et les acteurs touristiques un décalage lié à un rapport différent au temps. Les premiers désirent se projeter dans l'avenir sans forcément garder les traces du passé. Par exemple, pour des raisons de confort, ils préfèrent laisser les bâtiments en terre retourner à la terre et construire en béton, plus facile d'entretien. Ils cherchent à imiter la société du touriste « occidental », admirée mais en partie méconnue : ils peinent à comprendre que certains touristes sont en quête d'identité et d'authenticité, plus que de confort. *A contrario*, les acteurs du tourisme patrimonial recherchent une « 3e voie » : ils voudraient valoriser la tradition, tout en répondant aux désirs de modernité de la population, qu'ils jugent bien légitimes. Ainsi, Françoise Guinot, de Tétraktys, affirme (C13E2) :

> « Il faut être ouvert à l'envie que les gens ont d'avoir l'eau potable, l'électricité, la route. On ne peut pas les figer dans le passé! Mais en même temps, on peut les aider à ne pas avancer sans s'appuyer sur leurs traditions ».

Cette citation montre bien la conception du temps, postmoderne, qu'ont les acteurs de la patrimonialisation touristique. Ils estiment nécessaire de convoquer le passé, de s'appuyer sur lui, pour s'inventer un avenir.

Les acteurs touristiques envisagent plusieurs types de solutions à cette recherche de développement plus que de mémoire. Certains, comme Bellaoui, pensent qu'il faut répondre en priorité à la demande de développement en faisant en sorte que le tourisme ait des répercussions concrètes au plan socioéconomique, en réalisant des projets d'équipement ou en mettant en place des cours d'alphabétisation avec les retombées du tourisme. Les militants *amazighs* pensent qu'il faut s'efforcer de faire prendre conscience aux villageois de leur identité *amazighe*. D'autres encore, comme Annie Lauvaux (Maroc Inédit), pensent qu'il faut passer du temps à former les acteurs locaux pour qu'ils se familiarisent avec les représentations des touristes et voient l'intérêt, autant économique qu'affectif, de valoriser différents types de patrimoine qui attirent l'attention des visiteurs.

Le manque de sensibilisation et d’éducation

Justement, les acteurs touristiques comprennent l’intérêt limité des acteurs locaux pour le patrimoine comme le signe d’un trop faible niveau d’éducation général. De nombreuses personnes interrogées dans les villages, y compris des personnes membres des *jemaa* ou des associations villageoises, disent qu’elles voudraient pouvoir rénover et valoriser des objets mais qu’elles se sentent démunies pour le faire car elles n’en ont pas les compétences, par exemple pour monter un dossier de demande de subventions. En réponse, certains acteurs touristiques, notamment ceux qui agissent dans un cadre associatif, organisent des journées de sensibilisation à l’environnement ou de découverte du patrimoine pour les écoliers, des formations au montage de projets pour les membres des associations villageoises et des formations aux techniques artisanales pour les femmes.

2. Des projets critiqués

Les acteurs locaux, loin d’être indifférents au tourisme patrimonial, lui sont parfois hostiles. Les identités mises en tourisme sont négociées avec eux, quelquefois dans le conflit.

Un manque de coopération avec les associations villageoises

Il n’est pas rare que des acteurs locaux critiquent les porteurs des projets car ils estiment qu’ils n’ont pas été suffisamment consultés. Le voyagiste Atalante, à Dar Itrane, dans les Aït Bouguemez, est accusé de considérer avec suspicion l’association villageoise. Selon certains de ses membres, la restauration du grenier collectif d’Imelghas, sous l’égide d’Atalante, n’a pas respecté les principes de l’architecture traditionnelle, car elle n’a pas été réalisée en collaboration avec l’association villageoise. Elle voudrait être davantage associée aux projets. Les acteurs touristiques tentent de répondre à cette critique en travaillant en relation plus étroite avec l’instance reconnue par le plus grand nombre, association ou *jemaa*, en passant par les notables influents, ou encore en proposant à certains groupes de personnes d’adhérer à la structure, par exemple en proposant aux femmes de Talsenant d’adhérer à l’association et à la coopérative des Amis des Aït Bouguemez. Ces réponses ne sont pas toujours bien perçues. A Aït Ali, l'un des villages où a été construit un gîte par l'AAZ, le président de l'association Gaouz raconte que l'association a été créée par des jeunes qui ne supportaient pas que l'AAZ ne traite qu'avec trois personnes influentes dans le village.

Des retombées socioéconomiques des projets jugées insuffisantes

Le reproche le plus classique fait aux projets est qu'ils n'ont pas assez de retombées pour l'ensemble de la communauté villageoise. A Aït Ayoub, dans les Aït Bouguemez, un membre de l'association locale critique le projet d'agritourisme solidaire mis en œuvre par Mohamed Outezdot : le projet profiterait plus à la famille de ce dernier qu'à l'ensemble du hameau, l'argent reversé à l'association étant jugé trop faible. Les mêmes reproches sont faits à l'AAZ par les associations villageoises. C'est d'ailleurs pour constituer un contrepoids à l'AAZ et porter les revendications du village que ces associations ont été créées, après la construction des gîtes. A Warzazt, le président reconnait que l'association a permis de réaliser un certain nombre d'équipements de base (eau potable, pont, séguias) mais il n'est pas d'accord sur le pourcentage du prix des séjours laissé par l'AAZ au village. A Aït Ali, l'association Gaouz se plaint du petit nombre de projets réalisés, par rapport à ce qui avait été promis, et du fait que les muletiers qui accompagnent les groupes sont rarement choisis au village, et toujours dans les mêmes familles.

Des désaccords sur les identités à valoriser

De plus, certains acteurs ne sont pas d'accord avec les types d'identités valorisées par les porteurs de projets alternatifs et voudraient valoriser davantage le patrimoine de leur village. C'est le cas à Aït Ali, où l'association Gaouz souhaite présenter aux visiteurs des savoir-faire et des objets spécifiques du village (des chaussures faites avec des palmes pour l'hiver, des vêtements et coiffures traditionnels, des poignards en argent) dans un futur musée. Le président y voit un double intérêt : « on veut montrer ce qu'on sait faire dans ce village. Ça permettrait de ressusciter ces objets qu'on n'utilise plus. Les touristes pourraient mieux comprendre ce qu'est la vie sur le plateau. Et puis, s'ils achètent notre artisanat, on aura plus de retombées du tourisme que maintenant avec le gîte de l'AAZ ». Les associations du plateau s'estiment en effet plus légitimes que l'AAZ pour valoriser le patrimoine local. Elles estiment que l'AAZ leur vole leur savoir sur ce patrimoine. Ils racontent que, lors des premiers voyages organisés, le guide de l'AAZ, qui connaissait peu le patrimoine du plateau du Yagour, demandait aux villageois de lui donner les explications, qu'il relayait ensuite aux touristes. Elles voudraient que les habitants du plateau soient reconnus comme les spécialistes de ce patrimoine et engagés par l'AAZ à ce titre. Et elles considèrent que le discours tenu par l'AAZ est trop général, ne permettant pas à leur sens de faire connaitre les villages du plateau et les spécificités de chacun.

Des enjeux de politique locale

Ces critiques et ces conflits entre acteurs touristiques et acteurs locaux se comprennent dans le cadre de la politique locale et micro-locale.

A Aït Ali, le projet avec l'AAZ a suscité la création de deux associations concurrentes. Une première association a été créée au début du projet, sur la demande de l'AAZ. Elle est composée de sept membres, qui représentent les sept lignages du village, prenant ainsi la suite de la *jemaa*. Quelques années après, certains jeunes, mécontents du projet, ont créé une autre association, l'association Gaouz. La première accuse la seconde de ralentir les projets avec l'AAZ, et la seconde reproche à Bellaoui d'avoir divisé le village. Le conflit entre les deux associations s'explique aussi par des enjeux électoraux : tandis que les membres de la première association ont voté pour Bellaoui aux élections municipales, les membres de la seconde ont voté contre. Les tensions avec l'AAZ se comprennent aussi dans le cadre d'une concurrence traditionnelle entre le haut et le bas de la vallée, le plateau s'estimant toujours délaissé et dominé par le bas.

A Ansa, un village situé au fond de la vallée du Zat, il avait été envisagé de construire un gîte pour accueillir des touristes de l'AAZ. L'échec du projet s'explique par des questions de personnes et par des désaccords entre la *jemaa* et l'association. La réalisation du projet avait été déléguée par l'AAZ à un Français, sur un terrain donné par l'association, créée pour cette occasion. Selon son président et son vice-président, il y a eu une mésentente sur le contrat de départ : le Français a voulu s'approprier le gîte alors que l'association avait compris qu'il lui reviendrait. La *jemaa* est alors intervenue et le Français est parti, abandonnant le gîte. Le conflit est sous-tendu par des tensions entre la *jemaa*, qui n'avait pas été consultée au moment de la création de l'association, et cette dernière, aggravées par des tensions traditionnelles entre le haut du village, plus pauvre, et le bas, plus riche, et des enjeux électoraux (une partie ayant voté pour Bellaoui, l'autre contre).

De même, dans la région de Taliouine, à Aouerst, l'un des villages où une auberge a été construite sous l'égide de l'ONG Migrations et Développement, un climat de tension électorale et entre la *jemaa* et l'association a longtemps bloqué l'ouverture de l'auberge, comme me l'expliquent les responsables de Maroc Inédit (C15E1). Pendant plusieurs années, l'auberge n'a pas eu l'autorisation d'exploitation. Celle-ci était bloquée par le président de la commune dont dépend le village, parce que les membres de l'association villageoise, partenaire du projet, n'avaient pas voté pour lui. Elle était aussi bloquée par la *jemaa*, qui estimait que l'association ne représentait pas la majorité des villageois et ne relayait pas leurs aspirations.

3. La mise en tourisme des identités, processus excluant ?

L'ascendant des porteurs de projets touristiques sur les associations locales

Malgré leur volonté affichée de faire du tourisme patrimonial un levier de développement équitable et endogène, et de travailler en lien avec les autres acteurs locaux et les instances qui les représentent, les acteurs touristiques se situent dans un rapport de domination avec eux. Ils sont certes confrontés à leurs critiques mais ils gardent l'ascendant sur eux. En effet, ils possèdent des compétences que n'ont pas les autres acteurs. Ils sont souvent des notables influents, membres des bureaux des associations voire présidents de celles-ci, ou bien, quand ils sont des étrangers ou des Marocains d'autres régions, ils entretiennent des relations étroites avec les notables. Ils ont un niveau d'éducation secondaire voire supérieur, disposent d'un fond de départ pour leurs projets, de réseaux locaux et internationaux, qu'ils se sont constitués à travers le contact avec les touristes, parfois le mariage avec une étrangère, lors de voyages réalisés pour un complément de formation ou à l'occasion d'un salon, ou parce qu'ils sont étrangers. Cela leur donne un pouvoir incontestable, face à des associations dont les membres sont conscients de ne pas avoir la formation nécessaire pour monter des projets et rechercher des financements, mais qui regrettent le manque de considération accordé par les porteurs des projets touristiques au milieu associatif, à cause de ce problème de compétence, comme le dit le président de l'association Gaouz (C4E4) :

> « Bellaoui pense qu'on ne sert à rien parce qu'on n'a pas fait d'études. Il nous demande des compétences qu'on n'a pas, il nous écrase de son savoir, alors que nous, on a la connaissance de notre culture, et des idées pour en faire quelque chose ».

Il accuse aussi l'AAZ de faire de la « rétention de connaissances », pour faire en sorte que les associations villageoises ne puissent pas mettre en œuvre leurs propres projets et les garder sous la coupe de l'AAZ. Le différentiel de compétence se ressent également à l'intérieur des associations villageoises. Dans les Aït Bouguemez, les guides propriétaires de gîtes ont conscience que leur statut social, leur niveau d'éducation et leur niveau économique lié à l'activité touristique leur donne du pouvoir, alors que la majorité des villageois sont souvent analphabètes et préoccupés par leur subsistance au jour le jour.

Le pouvoir des acteurs du tourisme patrimonial est de plus renforcé par les faiblesses des associations liées aux conflits qui les opposent aux associations des

villages voisins et à celles qui agissent à une échelle plus vaste, aux rivalités entre familles, et aux tensions qui président aux relations entre les associations, souvent créées par des jeunes, et les *jemaa*, gérées par des personnes plus âgées. Plus généralement, elles sont affaiblies par la non-appropriation de la structure associative en tant que telle, par rapport à la *jemaa*. Pour certains observateurs tels qu'Ali Amahan (à la fois professeur, employé du ministère de la Culture et acteur de projets de développement dans sa région d'origine), l'association constitue un modèle importé. Il prône le retour au patrimoine social de la *jemaa*, seule instance sociale rôdée et véritablement intégrée localement, selon lui. Il juge de plus que les associations sont susceptibles d'être manipulées par son président ou par les membres du bureau, et peuvent servir des intérêts de *lobbies* ou de quelques notables, alors que le système de la *jemaa* fait en sorte qu'il y ait toujours un équilibre entre les familles, et qu'aucune ne domine les autres. Il critique enfin les associations comme étant trop récentes, et créées, souvent, dans le seul but de recevoir des financements. La preuve en est, selon lui, que beaucoup d'associations ont été créées après 2005, date de lancement de l'Initiative de Développement Humain au Maroc.

La mise en tourisme des identités, une affaire d'élite

Le constat du pouvoir exercé par les acteurs du tourisme patrimonial sur et dans les associations locales invite à penser que le processus de mise en tourisme des identités est un processus engagé et contrôlé par les élites locales, et que la majorité des acteurs locaux est exclue du choix des pratiques et des objets patrimonialisés, des valeurs attachées au patrimoine et des identités valorisées à travers ce processus. Plus précisément, le patrimoine semble être une affaire d'urbains, influencés par une culture « occidentale », qui accorde de l'importance au passé pour se projeter dans l'avenir. En effet, les porteurs des projets ont souvent habité en ville ou à l'étranger, et reconnaissent le rôle de ce moment dans les projets qu'ils réalisent dans les Atlas. Je rejoins ici les études réalisées dans les années 1980 par des sociologues et des ethnologues tels que Jean-Claude Chamborédon (1985)[138] et Marcel Maget (1989)[139], sur le rôle, dans l'évolution des

---

[138] Chamborédon voit le rural comme une scène urbaine, parce qu'il devient le lieu de projection des imaginaires et des pratiques des citadins, l'espace rural étant transformé en espace récréatif et en « réserve culturelle ».

[139] Maget montre comment le « pain anniversaire », réalisé autrefois à Villard d'Arène, en Oisans, pendant les périodes de soudure, est devenu un rite communautaire, un symbole identitaire villageois, sous l'action des émigrés, des ethnologues, des journalistes et des touristes -influencés par les images positives véhiculées en ville sur les traditions rurales- relayés localement par les chefs des familles de notables.

espaces ruraux, en particulier dans la revalorisation de pratiques abandonnées et leur transformation en symboles, des individus revenant à leur village d'origine après avoir migré en ville. D'une certaine manière, je rejoins aussi les études de Patrice Melé (2009) sur le rôle des nouveaux habitants dans le processus de patrimonialisation et sur les conflits avec les anciens habitants qui peuvent résulter de l'intervention des premiers. Néanmoins, la différence majeure avec les cas analysés par cet auteur, principalement en Europe, est le fait qu'il n'y a pas constitution de groupes de nouveaux habitants d'un côté et de groupes d'anciens habitants de l'autre, car les porteurs des projets appartiennent ou sont liés aux élites locales, et qu'il n'y a pas à proprement parler de négociation entre ces deux groupes : dans les Atlas, le rapport de force tourne clairement à l'avantage des acteurs touristiques et des élites locales.

II. Vers une appropriation locale du tourisme patrimonial

Ces constats sur le caractère excluant des projets de tourisme patrimonial me semblent devoir être nuancés. J'ai pu observer des cas où des acteurs locaux, travaillant initialement dans d'autres secteurs que le tourisme, appuient les projets et participent à leur mise en œuvre, et d'autres cas où, inspirés par ces projets, ils réalisent le leur. Il s'agit ici de mettre en avant dans quelles conditions le tourisme patrimonial s'enracine localement, en décryptant des cas emblématiques d'une telle appropriation.

1. Des projets appuyés et relayés par les acteurs locaux

Deux projets m'ont été présentés - par Annie Lauvaux et Mahjoub Bajja (Maroc Inédit), mais aussi par les acteurs locaux rencontrés - comme des projets réussis car bien insérés dans l'activité économique villageoise, bien acceptés dans le village et soutenus par les instances représentant ses habitants.

Tagmoute : un projet proposé par une ONG et repris par l'association villageoise

Le premier projet est celui réalisé à Tagmoute, village situé au pied du Siroua. Il a été proposé par Migrations et Développement (MD). A un moment où l'ONG cherchait à créer de nouvelles activités génératrices de revenus dans la région de Taliouine, elle a été en contact avec l'Agence de Développement Social et l'Agence Française de Développement, qui disposaient de fonds pour encourager le développement du tourisme dans les zones de marges. Le projet de développer un

réseau d'auberges en montagne et un produit « pays du safran » a donc initialement été imaginé ailleurs que dans les villages, et financés par des acteurs institutionnels. Pour Annie Lauvaux (C15E1), les responsables de l'ONG auraient imaginé un projet touristique parce qu'il y avait des fonds institutionnels pour un tel projet, mais pas forcément par conviction. En tout cas, la demande ne venait pas directement des villageois. Mais l'idée était de mettre en place ce projet en lien avec les acteurs locaux : avec des migrants, qui auraient financé une partie de l'auberge, et avec les associations locales. La décision de développer l'activité touristique dans le village leur revenait. Dans certains villages, elles ont d'ailleurs refusé le projet. Celui-ci était également lié à la signature d'une charte, rédigée par l'association villageoise, que le migrant devrait accepter et que les touristes devraient lire au début de leur séjour. Il prévoyait aussi qu'un pourcentage du prix des séjours revienne à l'association, pour contribuer au financement de projets communautaires.

A Tagmoute, les acteurs locaux se sont emparés du projet. Rapidement, un migrant du village a été d'accord pour participer financièrement à la construction de l'auberge. L'association villageoise a été impliquée dès le début dans le projet. Elle l'a accepté, comme me l'explique Mohamed Basaïd (C15E5), son président, parce que le village était déjà familier de l'accueil des touristes - puisque certaines familles recevaient des touristes chez elles -, parce qu'elle sentait qu'elle maîtrisait l'activité, grâce à la charte, qui la plaçait en position de décideur, et grâce au système de financement mis en place, qui allait lui permettre de réaliser des projets pour toute la communauté. De fait, avec les 20 dirhams par touriste et par nuit reversés à l'association, de nombreux projets d'équipement ont été réalisés (comme la réfection de l'école, le pavage de la ruelle principale du village après des travaux d'assainissement, ou encore des animations et une sensibilisation à la protection de l'environnement pour les enfants). Avec l'accueil à l'auberge de jeunes français pour la réalisation de chantiers, une partie de l'école a été rénovée. De plus, en lien avec MD, une coopérative de produits du terroir a été créée. Y sont vendus du safran, des plantes aromatiques et des tapis, réalisés par les femmes. L'activité touristique constitue un débouché supplémentaire pour ces produits. Le tourisme a donc été pris comme une opportunité permettant de valoriser les savoir-faire spécifiques du village.

La réussite du projet tient - selon les responsables de Maroc Inédit, le président de l'association villageoise, le fils du migrant, le cuisinier de l'auberge, les femmes de la coopérative et les personnes âgées du village - à la forte implication du migrant, relayé localement par son fils, et à leur bonne entente avec l'association villageoise. L'auberge est actuellement la propriété du migrant, mais il est prévu que, dans les mois qui viennent, elle soit gérée entièrement par l'association. Cette réussite tient surtout à la légitimité incontestée de l'association, parce qu'elle a pris le relais de la *jemaa*, en intégrant un représentant de chaque lignage, tout en associant quelques jeunes. Le dynamisme de l'association se comprend par l'absence de conflits internes remettant en cause les projets et par la présence en son sein de licenciés comme Mohamed, qui, après avoir travaillé en ville, sont revenus au village.

Les acteurs interrogés soulignent certaines limites, notamment le fait que le patrimoine architectural (un grenier collectif en ruine et une *kasbah*, dans laquelle a été installé le siège de l'association, mais qui est en mauvais état) n'a pas encore été rénové, alors qu'il est aussi emblématique de l'identité villageoise que les savoir-faire paysans et artisanaux. J'interprète ce regret, émis non seulement par Maroc Inédit et par le président de l'association mais aussi par les personnes âgées, comme le signe d'une appropriation par les acteurs locaux de l'idée selon laquelle le tourisme peut être facteur de restauration et de valorisation du patrimoine et, surtout, comme le signe d'une conscience patrimoniale en train d'émerger.

La Kasbah Timidarte : un projet de tourisme patrimonial modèle

A Timidarte, dans la vallée du Draa, un projet de développement touristique a été mis en œuvre, dans la *kasbah* du village. Il est présenté comme une réussite par Annie Lauvaux, par Hussein Achabak, qui est à l'initiative du projet, par les personnes employées à la *kasbah* et par les gens rencontrés dans le village : ceux-ci ont en effet retrouvé la fierté de ce patrimoine commun qui constitue également une nouvelle source de revenus pour l'association villageoise, et lui permet de réaliser de nombreux projets, notamment des projets d'aide à la scolarisation des jeunes et d'activités agricoles rémunératrices.

La réussite du projet tient au parcours et au dynamisme de son porteur, Hussein, qui a le profil de l'« acteur intermédiaire », et à son caractère communautaire.

Portrait d'Hussein Achabak. Issu d'une famille ayant habité le *ksar*, attenant à la *kasbah*, il fait des études de mathématiques à l'université de Marrakech, après quoi il travaille quelques années à Marrakech puis à Agdz, où il gère une *kasbah* dédiée à l'accueil touristique. Il revient ensuite à Timidarte pour y monter des chambres d'hôtes. Son expérience en matière de restauration et d'entretien du patrimoine architectural en terre et son envie de réaliser un projet de développement pour son village, permettant en même temps de préserver son patrimoine, et le fait qu'il fasse partie du bureau de l'association villageoise, le poussent à proposer à l'association de porter un projet de restauration et de valorisation touristique de la *kasbah*.

Le projet a été initié et mis en œuvre par Hussein en partenariat étroit avec l'association villageoise. Il s'est chargé de rechercher des fonds pour la restauration de la *kasbah* (qu'il a trouvés auprès de la fondation Hélène Keller, du ministère de l'Habitat et de la région Souss Massa Draa). Pour toucher ces financements, il a créé une société, à son nom, la société Kasbah Timidarte. Hussein est l'investisseur majoritaire (devant l'association villageoise), mais celle-ci reste le véritable porteur du projet. Hussein lui verse 30% de ses bénéfices. L'acceptation locale du projet est facilitée par la relation d'équilibre existant entre les institutions sociales et politiques locales. En effet, l'association est en bons termes avec la *jemaa* : sans cesse consultée par l'association, elle est représentée dans le conseil d'administration de l'association et garde le pouvoir de décision. La *jemaa* sert d'intermédiaire avec la commune pour qu'elle accepte les projets. Elle dispose d'un bon moyen de pression : si la commune les refuse, la *jemaa* poussera les villageois à ne pas réélire le président de la commune. L'acceptation sociale du projet est aussi favorisée par le fait que le principal employé, Abdouh, ami d'enfance de Hussein, est respecté de la population et s'efforce de faire en sorte que les touristes respectent la population. Cela rassure la population qui craignait que le tourisme n'aille « amener l'alcool et la débauche », comme me le dit un jeune. De plus, pour faire accepter le projet aux propriétaires de la *kasbah* et du *ksar*, Hussein et l'association ont pris beaucoup de temps pour discuter avec eux. Ils ont été convaincus par la stratégie gagnant-gagnant qui leur a été proposée : rénover pour que les gens reviennent habiter dans le *ksar* et, pour ceux qui y habitent encore, pour qu'ils soient mieux installés dedans ; faire en sorte que le ksar soit habité pour l'entretenir et ne pas le figer, le « folkloriser » ; faire du patrimoine une source de revenus pour l'association, afin de réaliser des projets pour le village. Le consensus

a été également facilité par le fait que, dans le village, la population, qui descend des Harratines[140], est relativement homogène.

La réussite du projet est liée aux réseaux tissés par Hussein non seulement à l'échelle locale mais aussi à l'échelle régionale. Il fait partie des membres actifs de l'association de professionnels des maisons d'hôtes d'Agdz, membre de l'union des associations d'Agdz, elle-même membre du réseau d'associations de la province de Zagora. Sa force réside dans sa capacité à mobiliser les migrants de l'intérieur, notamment les juristes qui travaillent à Rabat. Cela assure aux associations de la province un réseau d'appui politique. Beaucoup de membres du réseau sont d'anciens opposants à Hassan II. Grâce à leurs connaissances juridiques et à leurs relations dans le milieu politique, notamment au Conseil consultatif des droits de l'Homme, ils parviennent à lever des fonds publics, ce qui leur permet d'éviter de passer par des ONG étrangères et leur garantit une autonomie.

On voit donc toute l'importance, pour la réussite des projets de tourisme patrimonial, du dialogue des porteurs des projet avec tous les acteurs membres de la communauté locale, du villageois *lambda* aux migrants, en passant par les propriétaires et les institutions sociales locales.

2. Des projets portés par les acteurs locaux

D'autres projets de rénovation et de valorisation du patrimoine, en lien avec le tourisme, sont réalisés directement par des associations villageoises. C'est le cas de projets réalisés autour de greniers collectifs à Ifri, dans la région de Taliouine, et à Timit, dans la vallée des Aït Bouguemez.

La rénovation du grenier d'Ifri : le rôle de l'association, des migrants et des touristes

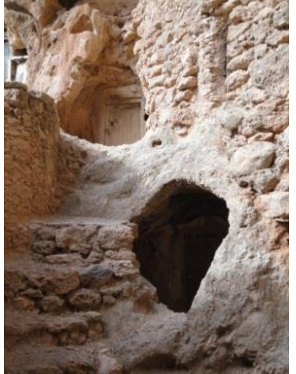
Le grenier d'Ifri constitue un exemple de restauration initiée par l'association villageoise, comme me l'explique Mohamed Izouad, son président (C15V1). Ce grenier est un grenier troglodyte, taillé dans la falaise (figures 67 à 69), si bien que la roche l'avait en partie protégé. Sa restauration, effectuée dans les années 1990, a été décidée par la *jemaa* puis mise en œuvre par l'association. Celle-ci a en effet pris la suite de la *jemaa* durant ces années-là, ses membres ayant été élus par la *jemaa.* La rénovation a été financée en grande partie par les migrants du village. Ici,

[140] L'origine des Harratines fait débat : ils seraient originaires d'Afrique de l'Ouest et seraient arrivés dans l'est et le sud du Maroc durant les siècles précédents comme caravaniers ou comme esclaves.

l'initiative ne vient pas des migrants de retour dans leur région d'origine, comme c'est le cas à Timidarte ou à Tagmoute, et leur intervention est encadrée par l'association. Mais leur implication est primordiale dans la réalisation du projet. L'ensemble de la communauté villageoise se mobilise, y compris ceux qui sont à l'étranger ou dans les grandes villes.

La restauration du grenier a permis de relancer certains usages faits traditionnellement du grenier. Il est utilisé par les familles du village pour stocker les semences, ce que certaines ne faisaient plus. Chaque année, un *moussem* y a lieu, en l'honneur du saint protecteur du village. Il a retrouvé un nouveau souffle depuis la restauration. Un gardien y a toujours habité, mais son logement a été amélioré. Le comité d'organisation qui gère le grenier est devenu plus actif depuis sa rénovation.

Le grenier d'Ifri


Figures 67 à 69 (de gauche à droite) : le grenier d'Ifri (S. Varacca-Oiry, juin 2011).

Sur la figure 67, le premier bâtiment à gauche, par lequel on accède au grenier, est le bâtiment où loge le gardien. Il a été entièrement restauré. Les deux autres figures montrent des cases et leurs accès, rénovés.

Ici, le tourisme intervient dans le projet à deux niveaux. Premièrement, le président de l'association dit que la décision de la *jemaa* a été motivée en partie par l'intérêt que le grenier suscitait chez les touristes (étant visible depuis la route, beaucoup s'arrêtaient spontanément pour le visiter), mais aussi par l'intérêt qu'il suscitait chez les migrants. De retour pour leurs vacances d'été, ils regrettaient qu'il tombe en ruine. C'est donc des regards extérieurs qui ont transformé le regard des villageois sur leur patrimoine et leur ont donné l'envie de le rénover. Deuxièmement, le tourisme participe à l'entretien du grenier : lorsqu'ils visitent le grenier avec le gardien, les touristes paient quelques dizaines de dirhams qui sont ensuite utilisés par le comité d'organisation du grenier pour son entretien.

Les projets de valorisation touristique du grenier de Sidi Moussa

Le grenier de Sidi Moussa, désaffecté depuis les années 1960, a été rénové en 1993, dans le cadre du PHAC[141]. Son entretien est géré de manière communautaire: chaque année, le grenier est loué par la *jemaa* à un villageois, qui a la charge de veiller sur lui. Les entrées que celui-ci fait payer aux touristes lors de leur visite lui permettent de rembourser le prix de la location et d'entretenir le grenier. Ce système existait avant la rénovation mais les locataires ne faisaient plus rien pour l'entretenir. Il a été revitalisé par l'idée d'utiliser le tourisme comme moyen pour financer cet entretien.

[141] Je tiens cette information du directeur du CERKAS. Certaines des personnes interrogées dans la vallée (des habitants des villages de Timit et d'Imelghas, villages voisins du grenier, des membres des associations de ces deux villages, le gardien du grenier et un guide porteur d'un projet d'écotourisme sur le site du grenier) m'ont dit que le grenier avait été restauré en partie avec l'appui de l'UNESCO, mais je n'ai trouvé aucun document le confirmant. Selon Annie Lauvaux, en 2010, certaines parties du grenier ont été à nouveau rénovées, dans le cadre du partenariat entre le conseil régional Tadla-Azilal et le conseil département de l'Isère, avec l'aide d'architectes de l'entreprise française Echorismo. Mais, sur place, personne ne m'a confirmé cette information.

Le grenier de Sidi Moussa





Figure 70 : le grenier de Sidi Moussa (mars 2011).
Figure 71 : le grenier de Sidi Moussa vu d'Aguerd N'ouzrou (mars 2011).

Ce grenier de promontoire est le seul de la vallée des Aït Bouguemez à avoir un plan circulaire, les autres ayant un plan carré. Salima Naji (2006, p. 219) le date du XVIIe siècle. Il servait à plusieurs fractions de tribu, comme lieu de stockage des récoltes et des biens précieux, comme refuge pendant les guerres tribales, et comme marabout ou sanctuaire. En effet, un homme saint, qui serait originaire de la zaouia de Tanaghmelt, y est enterré.

On voit le rôle important de la *jemaa*, à l'initiative de ce projet de protection du grenier, de même que le rôle clé joué par le tourisme dans ce projet, donnant aux acteurs locaux les moyens pour sauvegarder ce patrimoine, pour les touristes, mais aussi pour eux-mêmes. En effet, j'ai pu observer combien le grenier constitue, pour les habitants de Timit et d'Imelghas, un symbole fort de l'identité villageoise : en discutant avec des jeunes, je me suis rendu compte que plusieurs affichent le grenier en fond d'écran de leur téléphone mobile, une manière d'exprimer leur attachement à leur village. Autre signe du fait que le grenier est redevenu un symbole, à Timit et à Imelghas : le nom évocateur choisi pour l'association villageoise, à Timit, « l'association Aït Sidi Moussa ». Enfin, certaines personnes âgées interrogées à Timit m'ont confirmé à la fois la disparition de certaines traditions qui existaient autrefois autour du grenier (notamment le *moussem* en l'honneur de Sidi Moussa, en septembre, à la fin des récoltes) et la réapparition ou la revitalisation d'autres pratiques. Depuis la rénovation, le grenier est ainsi redevenu un lieu de visites pieuses : des femmes y viennent pour retrouver la fertilité, alors que cette pratique s'était raréfiée. Brahim Gouzaghar, le secrétaire de l'association de Timit, me dit avoir pris conscience de la valeur du grenier parce

que les touristes et les guides, dès les années 1970, venaient le visiter et s'y intéressaient, lui donnant à ses yeux une nouvelle importance symbolique (C10E5) :

> « Comme les touristes s'intéressaient au grenier, on s'est dit que ça pouvait rapporter au village, et aussi, ça nous a rendu fier du grenier, alors qu'on n'y prêtait plus trop attention. Les familles avaient arrêté de stocker des choses dedans. On trouvait même que les traditions étaient ridicules, que ça ne servait à rien pour les femmes qui n'arrivaient pas à avoir des enfants de monter là-haut, on se moquait de celles qui le faisaient. On n'avait même pas envie de s'en préoccuper car ça rappelait une histoire de guerre. Et puis, avec le tourisme, on est devenu fiers de ça. Tous ces gens qui viennent admirer le grenier, ça nous a fait quelque chose ».

Cette citation montre l'émergence d'un nouvel attachement au patrimoine villageois, en lien avec l'activité touristique, à l'origine de la revitalisation de pratiques de gestion communautaires du grenier.

Néanmoins, de nombreux acteurs touristiques pointent les limites de cette gestion. Certains guides trouvent que les locataires valorisent peu l'histoire, les fonctions et les symboliques de l'édifice et reprochent à la *jemaa* de les choisir parce qu'ils font partie des grandes familles du village, sans accorder d'importance à l'intérêt qu'ils portent au grenier et à leur projet de valorisation de celui-ci. Ainsi, Brahim Ben Ichou (C12E3) critique le « musée » installé à l'intérieur du grenier :

> « C'est un musée ridicule, il n'y a que quelques objets anciens, et ils sont exposés sans aucune explication. [Il attribue cela à l'incompétence des locataires :] Ce n'est pas qu'ils s'en fichent. Non. Je pense qu'ils sont attachés au grenier. Mais ils ne savent pas comment faire pour faire mieux. Ils n'ont pas de vision. Ils n'ont pas le sens de l'initiative. On ne peut pas leur demander de faire ça seuls. Il faudrait que l'association se bouge pour les aider, monter un projet intéressant, et chercher des financements. Mais ils ne font rien…».

En réponse, Brahim, guide originaire d'Imelghas, diplômé en architecture traditionnelle, veut monter un projet autour du patrimoine de ce site. Il voudrait qu'il soit classé en réserve naturelle pour protéger des espèces d'oiseaux particulières, replanter une forêt près du promontoire et proposer un circuit touristique qui valoriserait la faune et la flore du site et l'histoire du grenier.

Conclusion

Si la mise en tourisme des identités *via* la protection et la valorisation du patrimoine apparaît comme un processus qui tend à être excluant, il est aussi de plus en plus souvent considéré par les communautés locales, au point que, parfois, certains projets de tourisme patrimonial sont mis en œuvre par des membres de celles-ci, par des migrants de retour au village et par des associations villageoises ou des *jemaa*. Ils mettent alors en avant des pratiques et des objets qu'ils présentent comme des symboles de l'identité villageoise. Dans cette prise en charge du patrimoine par des acteurs locaux qui ne sont pas des professionnels de l'activité touristique, le tourisme joue un rôle de déclencheur, parce qu'il change le regard autant que parce qu'il permet de trouver des moyens de financement. C'est ce que résume Françoise Guinot, de l'ONG Tétraktys (C13E2) :

> « C'est grâce au tourisme que le patrimoine peut être valorisé. C'est le tourisme qui a permis de sensibiliser les habitants, comme chez nous. Il n'y a qu'à penser aux Anglais en Oisans ou à Chamonix. C'est sûr que le tourisme c'est un moyen de trouver des fonds, pour protéger le patrimoine. Mais il donne aussi l'occasion d'un changement de regard, de se poser des questions sur soi, sur sa culture, sur ce qui la différencie des autres. […] Quand on a rénové le grenier de Megdaz, les gens croyaient qu'il y avait un trésor dans le grenier. Ce n'était que ça qui pouvait expliquer qu'une ONG s'y intéresse! Au début, ils n'avaient aucune conscience de la beauté et de la valeur de leur grenier. Puis, assez vite, ils se sont dit qu'il avait une valeur touristique. Si ça attirait une ONG, ça pouvait attirer plus de touristes et rapporter gros. Mais au fur et à mesure, on les a vus retrouver comme une amitié, une affection pour le grenier. A la fin, ils ont recommencé à stocker des denrées dedans. C'est parce qu'il avait été rénové. Avant, ça aurait été trop dangereux de continuer. Mais c'est aussi, je crois, parce qu'ils ont redonné une place affective au grenier ».

Il ne faudrait cependant pas en conclure que les projets sont une réussite dès lors que les acteurs locaux jouent un rôle central dans leur conception et/ou dans leur réalisation. Les professionnels du tourisme sont les premiers à critiquer ces projets, qui tiennent aux limites des instances sociales existant dans les montagnes marocaines, souvent handicapées par le manque de compétences de leurs membres, par des tensions entre les familles, par des conflits avec les autres associations, par des tensions entre la *jemaa* et l'association, c'est-à-dire par les rapports de pouvoir qui traversent les sociétés des Atlas.

Chapitre 10.
Les effets locaux des négociations

Ce dernier chapitre vise à décrypter les effets locaux du processus de mise en tourisme des identités. Il s'agit ici de discuter de la réussite des projets de tourisme patrimonial au vu des objectifs qu'ils s'étaient fixés et d'analyser quelles recompositions sociopolitiques, socioéconomiques et socioculturelles ils initient localement. Je précise qu'il ne s'agit pas, ici, d'évaluer ces projets en me référant à un quelconque modèle d'évalution ou à de quelconques indicateurs de développement et/ou de durabilité (j'ai déjà écrit que je prenais mes distances vis-à-vis du « développement durable » et des idéologies que véhicule le terme), mais qu'il s'agit bien de discuter des effets de ces projets, localement, au vu des objectifs que leur avaient fixés leur responsables, ce que j'ai exposé dans le 6e chapitre.

Puisque ce processus fait l'objet de négociations entre les acteurs en présence, les effets des projets dépendent de l'issue de ces négociations et de la manière dont elles reconfigurent les jeux d'acteurs. A travers elles, un groupe d'acteurs est en voie d'émergence, celui des porteurs de projets touristiques patrimoniaux. Hormis leur volonté de valoriser le patrimoine local à travers l'activité touristique et le fait que ces acteurs tiennent un discours sur les « identités » que ce patrimoine symbolise, ils ont en commun de constituer le moteur des entreprises, des associations et des coopératives qu'ils ont contribuées à mettre en place, alors que les faiblesses internes de ces organisations empêchent les employés, membres et adhérents de jouer ce rôle clé. Ils jouent sur des réseaux qui se déploient du local à l'international. Ils sont renforcés en tant que groupe par leurs efforts pour collaborer entre eux, malgré l'absence d'appui des autorités. Qu'ils soient étrangers ou qu'ils appartiennent à des familles de notables, ils constituent des acteurs dominants localement, et leur domination est renforcée par la mise en œuvre de leurs projets touristiques. Pour les acteurs extérieurs à l'arène sociale locale, ces projets servent une « stratégie d'implantation », pour reprendre les termes d'Olivier de Sardan (1995, p. 164). Pour les acteurs qui avaient déjà un rôle central dans cette arène, ces projets servent une « stratégie de consolidation ». A la marge, pour les acteurs dominés, ces projets peuvent servir une « stratégie d'ascension interne ». C'est le cas pour les actrices du tourisme, groupe qui émerge lentement. En effet, avec la création d'associations et de coopératives féminines, en lien avec le tourisme, certaines femmes ont commencé à jouer un rôle actif dans

cette activité. Auparavant, leur participation à cette activité était faible et dissimulée : elles préparaient les repas pour les touristes, sans avoir de contact avec eux. Mais cette affirmation des femmes comme actrices touristiques reconnues reste fragile : le tourisme patrimonial reste une histoire d'hommes et, à la marge, de quelques femmes étrangères ou notables, porteuses des projets, soit, là encore, d'une élite. Il convient d'examiner les effets du tourisme patrimonial, dans ce contexte d'affirmation de porteurs et de porteuses de projets qui constituent un groupe dominant dans les sociétés d'accueil.

I. Un bilan mitigé en termes de développement territorial

Les acteurs des projets de tourisme patrimonial affichent l'intention de contribuer au « développement durable » des territoires dans lesquels ils réalisent leurs projets. Quelle est donc leur contribution effective à celui-ci ?

1. Une contribution au « développement durable » inégale

Quand les acteurs disent vouloir participer au « développement durable » des territoires, ils parlent des effets positifs qu'ils attendent de leurs projets sur l'environnement local et l'économie locale, et de leur répartition équitable socialement et spatialement.

Un tourisme plus respectueux de l'environnement ?

Les porteurs des projets présentent leur démarche comme respectueuse de l'environnement. De fait, certains ont intégré dès le début de leur projet la composante environnementale. A Timidarte, la *kasbah* a été rénovée à partir de matériaux locaux, dans le respect de l'architecture traditionnelle en terre, connue pour être performante au plan thermique (retenant le chaud en hiver et gardant le frais en été), et en veillant à son intégration dans le paysage. Des ampoules à basse consommation ont été installées. Du vinaigre blanc et du savon noir sont utilisés pour nettoyer les sols et les salles d'eau. Les déchets sont triés. Les touristes sont sensibilisés à la nécessité de ne pas utiliser l'eau de manière inconsidérée.

Mais ces initiatives sont finalement sporadiques car elles sont difficiles à mettre en œuvre. Certains des porteurs de projets voudraient développer l'agriculture biologique, de façon à pouvoir proposer aux touristes une cuisine saine, réalisée avec des produits locaux et de saison, et à améliorer la consommation des

habitants. C’est le cas de Tawaya, l’association de Rbat, dans le fond de la vallée des Aït Bouguemez, qui a commencé des formations à l’agro-écologie avec Terre et Humanisme Maroc (THM). Elle veut ainsi réagir à l’utilisation de plus en plus répandue dans la vallée d’engrais chimiques (des engrais particulièrement agressifs pour l’environnement et pour les humains, qui n’ont plus d’autorisation de vente en France, d’après le responsable de THM en charge des formations à Rbat). Ces formations prennent du temps et mobilisent peu d’agriculteurs, ce qui limite pour l’instant la portée de ces initiatives. Les porteurs des projets sont également confrontés à des impasses. Certains trient les déchets qui ne sont pas biodégradables et les redescendent en plaine. Mais il est rare qu’il y ait en plaine une déchetterie où ils seront triés et traités de manière appropriée. Par ailleurs, il semble que l’environnement ne soit pas la priorité des porteurs des projets et que, au moins dans un premier temps, ils pensent d'abord à la rentabilité de ceux-ci et aux bénéfices socioéconomiques que pourront en tirer les acteurs locaux.

Le financement de quelques équipements, la création de quelques revenus

Au plan économique, le bilan que l’on peut dresser des projets est mitigé.

La réalisation d’équipements collectifs de base

L’un des mérites de nombreux projets de tourisme patrimonial réside dans la part solidaire qu'ils reversent aux associations locales et dans les nombreux équipements collectifs qui sont financés avec celle-ci : grâce à elle, des pistes sont aménagées, des ponts sont construits, permettant de désenclaver des villages ; des réseaux d’eau potable sont installés, des stations d’épuration sont construites. Les investissements portent également sur les activités génératrices de revenus. Une partie des revenus du tourisme est consacrée à l’installation de systèmes de goutte à goutte, à l’achat d’une pompe ou d’un taureau reproducteur. Ainsi, le tourisme contribue à redynamiser les activités agricoles. De plus en plus, les associations locales choisissent d’investir dans la formation, depuis la construction d’une école maternelle jusqu’à la construction d’un internat pour collégiennes, en passant par la création d’une cantine scolaire, l’installation d’une salle informatique ou la mise en place de formations continues pour les adultes, pour améliorer les savoir-faire agricoles et artisanaux ou les savoir-faire des maitres bâtisseurs. Ainsi, elles investissent au long terme pour la satisfaction des besoins de base et le bien-être de toute la communauté, à l’échelle du village d’abord et parfois, dans un second temps, à l’échelle de la vallée, pour certains types de projets comme un internat.

Il faut cependant relativiser la portée de cette part solidaire reversée aux associations. Bien souvent, elle ne peut à elle seule permettre de financer ces

équipements et ces formations. Cela dépend du pourcentage reversé par les acteurs touristiques, qui varie considérablement, de 1% à 5%, pour ceux qui travaillent avec des voyagistes membres de l'ATES ou d'ATR, à 30% pour Hussein Achabak, à Timidarte. Pour Françoise Pierson, présidente de l'association Arbalou, une association française qui appuie des projets de développement dans la vallée des Aït Bouguemez, « il faut parler de « tourisme de découverte » plus que de «tourisme solidaire » parce que ce n'est pas avec le tourisme qu'on va pouvoir monter des projets de A à Z» (C13E3).

La création d'emplois et de revenus complémentaires

Les emplois directs créés par les projets de tourisme patrimonial sont peu nombreux et restent précaires : peu de personnes sont employées à plein temps, et elles sont employées principalement pendant la haute saison. Le plus souvent, une seule personne (rarement une femme) a un poste à responsabilités, et elle habite parfois en ville. Par exemple, à l'Ecomusée berbère de l'Ourika, une seule personne du village est employée à plein temps : Khalid, le responsable. Quatre autres personnes, des membres de la famille de Khalid, sont employées ponctuellement, pour faire le ménage dans l'écomusée, préparer des repas pour les touristes de passage, les héberger et faire les visites quand Khalid est absent. Au Jardin bioaromatique de l'Ourika sont employés à plein temps une responsable, 3 femmes qui font les visites, 10 jardiniers (dont les deux tiers habitent à Marrakech) et 60 personnes pour travailler dans le jardin et dans l'atelier de production des huiles, en majorité de Tnine l'Ourika. En comptant ceux qui travaillent de manière saisonnière, 80 personnes, en tout, sont employées au jardin.

Quant aux emplois indirects, plus difficiles à comptabiliser, ils peuvent être nombreux. A la coopérative Tikniouine, dans la vallée des Aït Bouguemez, travaillent 12 femmes de 5 villages. Mais elle offre à plusieurs dizaines d'agriculteurs de la vallée des débouchés pour leurs produits de base. La contribution de l'activité touristique à la vente des produits du terroir est cependant difficile à mesurer. Dans le cas de Tikniouine, les femmes adhérentes interrogées disent qu'elles vendent un quart de leurs produits à des touristes, en basse saison, et jusqu'à la moitié en haute saison. Mais dans les autres coopératives - qui ne parviennent pas, comme Tikniouine, à vendre aux chaînes de supermarchés Marjane et Carrefour -, les produits sont écoulés principalement auprès des touristes. D'une manière générale, le tourisme pousse à améliorer la qualité des produits, contribuant ainsi à la meilleure valorisation de ceux-ci.

Le plus souvent, le tourisme patrimonial est à l'origine d'un revenu seulement complémentaire. Mais il faut remarquer que tel est l'objectif poursuivi par les porteurs de projets : pour eux, le tourisme ne doit en aucun cas devenir une activité prépondérante, car cela risque de rendre l'économie dépendante d'une activité aléatoire. Il doit constituer un soutien aux autres activités. De fait, rares sont les lieux où le tourisme patrimonial est devenu une source de revenu majoritaire, comme à Timit, village situé au pied du grenier de Sidi Moussa où l'espace agricole disponible est réduit et les champs serrés, et où le tourisme représente 70% des revenus, selon le secrétaire de l'association. Parfois, il est devenu un soutien indispensable aux autres activités. C'est ce qu'affirme Mohamed Outezdot, qui accueille des touristes dans sa ferme (C8E11) :

> « C'est simple, sans la ferme il n'y a plus de tourisme, parce que les gens viennent en grande partie car ils sont intéressés par le quotidien d'une ferme de montagne. Et sans le tourisme, il n'y a plus d'agriculture ou alors de l'agriculture qui permet à peine de se nourrir. C'est grâce au tourisme que la ferme tourne. On réinvestit les revenus du tourisme dans l'agriculture, dans des équipements, des semences, *etc*. Les deux activités sont complémentaires et se renforcent l'une l'autre ».

Des revenus faibles et précaires pour les femmes des coopératives

Quant aux femmes qui travaillent dans le cadre d'une coopérative, elles ne touchent que des revenus d'appoint[142], malgré le succès rencontré dans les Atlas par le modèle de la coopérative[143]. A Tafza, les coopératrices reçoivent un salaire mensuel, mais elles comptent davantage sur les pourboires donnés par les touristes. Ailleurs, la plupart du temps, les coopérantes sont payées quand les produits qu'elles ont fabriqués ont été vendus.

La faiblesse de leurs revenus reflète les difficultés rencontrées par les coopératives en général, qui résident dans : une mauvaise gestion liée à un manque de

[142] Sources : enquêtes auprès des femmes membres des associations et coopératives féminines à Tazenakht (coopérative de tapis), dans le Zat à Tighdouine (tapis, broderies), dans l'Ourika à Tafza (argan, plantes aromatiques et médicinales), dans les Aït Bouguemez à Talsenant (plantes aromatiques principalement), Timit (huile de noix, fromage, confitures), à Tidnass, dans la commune d'Assaki, voisine de Taliouine (argan), à Tagmoute (safran, plantes aromatiques, tapis, amande, huile d'olive); observation des débats qui ont eu lieu lors de la table ronde organisée par Migrations et Développement sur les coopératives lors du festival du safran, édition 2011.

[143] A Taliouine, les foyers féminins, dont la mise en place a été encouragée par MD, touchent plus de 250 femmes et les coopératives féminines plus de 450 femmes, selon le site Internet de MD. Selon mes enquêtes, la coopérative de Tagmoute compte 74 productrices. Celle de Tidnass 56 femmes, pour 200 foyers. Celle de Tighdouine 40 adhérentes. Dans les Aït Bouguemez, selon Tizza (2012), on compte 47 associations et coopératives dont 10 féminines. Il s'agit essentiellement de coopératives agricoles (miel à Tabant, Aït Hakem et Agouti). On trouve aussi une coopérative qui produit des tapis et une autre des objets en bois.

formation ; l'absence de fonds de roulement pour payer les salaires, assurer le renouvellement de la matière première et les frais liés au fonctionnement ; l'absence de stratégie de commercialisation et le manque de fonds dédié à la recherche de clients ; la concurrence des entreprises privées, qui ont un capital de départ plus important, maîtrisent mieux la mécanisation, travaillent avec des réseaux étrangers et nationaux et ont des fonds pour la commercialisation ; la cherté des labels nationaux et européens et les difficultés pour respecter les cahiers des charges, pour les coopératives modestes ; et le poids des intermédiaires. Rares sont celles qui parviennent à mettre en place des collaborations avec des partenaires fiables, susceptibles de les aider à commercialiser leurs produits dans des circuits courts, comme la coopérative de Tidnass - qui vend son huile d'argan à une union de coopératives basée à Agadir, qui l'achète à un meilleur prix que celui du *souk*, la met en bouteille, s'occupe de l'obtention de certifications et commercialise - ou comme MD qui, pour écouler les produits de la région de Taliouine, est en train de monter un point de vente à Taroudant, de mobiliser les jeunes originaires de Taliouine qui étudient à Agadir pour aller démarcher les hôtels et les grandes surfaces, et de mettre en place des partenariats avec des associations de migrantes et un réseau de commerce équitable basés en France, en région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Les bénéfices sociaux des projets de tourisme patrimonial

Plus qu'économiques, les bénéfices du tourisme patrimonial semblent être sociaux.

Une cohésion sociale renforcée

Premièrement, ils peuvent contribuer au renforcement de la cohésion sociale. Le fait que l'association villageoise puisse financer, avec les aides du tourisme, des projets communautaires, qui améliorent la vie quotidienne de tous, est apprécié des villageois interrogés et renforce les liens qui les unissent. Selon le président de l'association de Tagmoute (C15E5) :

> « Une association qui n'a pas de projet se meurt. Les gens s'en désintéressent, il n'y a plus de confiance. Alors que quand il y a des projets, les gens participent. Par exemple, quand on a installé le système d'irrigation, chaque famille a envoyé quelqu'un pour aider. Ça recréé des liens et de l'enthousiasme ».

Dans d'autres cas, les liens communautaires sont renforcés par le fait que le lieu du projet touristique redevient un lieu collectif, de fête. A Timidarte, la *kasbah* est ainsi prêtée pour des fêtes familiales ou villageoises.

La timide émancipation des femmes

Deuxièmement, la valorisation touristique des savoir-faire agricoles et artisanaux, à travers les coopératives, semble favoriser l'émancipation des femmes. En effet, leur implication dans une coopérative leur donne un nouveau rôle social et entraîne un changement dans la place qu'elles occupent dans leurs familles. En travaillant à l'extérieur du foyer, souvent pour la première fois, en étant en contact avec les touristes - bien qu'elles ne parlent pas souvent une langue étrangère, elles leur montrent leur savoir-faire, par leur gestuelle, et elles leur vendent les produits qu'elles ont fabriqués -, et en participant à des salons, elles prennent confiance en elles. En obtenant un revenu de leur travail (alors que toutes les tâches domestiques et les travaux agricoles qu'elles effectuent ne sont ni rémunérés ni valorisés socialement), même faible, elles acquièrent une nouvelle autonomie et participent au bien-être de la famille: elles consacrent l'argent qu'elles gagnent à améliorer le quotidien de leur enfants et de la famille, en achetant des fournitures scolaires, des habits, des meubles, en investissant dans l'achat d'une vache. Quand elles suivent des cours d'alphabétisation à la coopérative, elles peuvent davantage participer à l'éducation de leurs enfants. Tout cela change les relations entre les femmes et les hommes. A Talsenant, elles racontent qu'elles ont dû prouver à leurs maris l'intérêt de la coopérative et parfois, s'opposer à eux pour y aller. Cela leur a donné de la confiance en elles. Le fait de gagner un revenu et de savoir lire et écrire entraîne également une plus grande considération de la part des hommes.

Cette émancipation rencontre cependant certaines limites. La majorité des coopératrices sont des femmes encore célibataires, divorcées ou veuves. La peur de la sanction sociale ou le refus des maris empêche souvent les femmes mariées de travailler dans une coopérative, et cela malgré l'organisation de garderies pour les enfants au sein des coopératives. Il y a plus de femmes mariées dans celles où elles peuvent réaliser les produits à la maison. Le contrôle des hommes sur les activités et les allers et venues des femmes reste fort : quand elles participent à un salon, elles sont toujours accompagnées par un homme. L'émancipation des femmes *via* les coopératives voit également sa limite dans le fait que celles-ci jouent un rôle encore réduit dans la gouvernance locale. Elles ne sont pas admises dans les *jemaa*[144]. Elles sont rarement présidentes d'association. Et il reste difficile pour elles de siéger dans les municipalités. Nejma Jellou, présidente de l'association des Amis des Ait Bouguemez, vice-maire de Tabant pour la troisième fois, me raconte ainsi les moqueries et les critiques acerbes qu'elle doit subir en

[144] Je n'ai pas observé, comme Rachele Borghi et Fatima El Amraoui (2006), de cas où les femmes sont autorisées à écouter les délibérations de la *jemaa*, comme c'est le cas à Hassilabiad.

permanence, et le fait qu'elle a dû refuser le poste de maire sous la pression, alors qu'elle avait été élue (C6E15). Il semble ainsi que l'émancipation sociale ne concerne que certaines femmes, issues des élites sociales, des femmes comme Nejma Jellou, qui fait partie d'une famille de notables de la vallée mais qui est née à Fès d'un père soldat, travaille et habite à Azilal, et milite dans des forums féministes. Enfin, l'émancipation des femmes est freinée par le manque de compétences des coopératrices, qui les rend dépendantes d'acteurs masculins et/ou étrangers. C'est ce que m'explique Françoise Pierson, présidente de l'association française qui appuie la coopérative Tikniouine, à la suite de l'association Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières (AVSF) (C13E3) :

> « Au moment où on a pris le relais d'AVSF, la production de fromage s'est arrêtée pendant plusieurs mois parce que les filles ne savaient pas comment commander la présure et les ferments. Elles demandent à chaque fois de l'aide, elles ne cherchent pas à être autonomes. C'est un problème de manque de formation et de mentalité. L'autonomie des femmes est encore un vain mot. Pour moi, elle est encore trop liée à l'appui des ONG étrangères comme la nôtre ».

On voit donc toute l'ambivalence des effets sociaux des projets touristiques visant à valoriser les patrimoines locaux. Ils renforcent la cohésion sociale à l'échelle des villages et encouragent l'émancipation des femmes. Mais ils ne peuvent aller contre le maintien de divers systèmes d'oppression qui ont trait à la fois au genre, au statut marital et à la classe sociale, et qui ne permettent qu'à une minorité de femmes de s'émanciper. La répartition sociale des bénéfices du tourisme patrimonial semble donc encore loin d'être équitable, profitant en premier lieu aux porteurs de projets masculins, aux étrangers et aux notables, qui dominent les jeux de pouvoir locaux.

Un développement lié au tourisme plus équilibré spatialement

Les acteurs du tourisme patrimonial disent vouloir faire en sorte que leurs projets contribuent à une meilleure répartition spatiale des retombées du tourisme. Qu'en est-il ? Pour répondre à cette question, il convient d'étudier l'évolution dans le temps du déploiement spatial de l'activité touristique, en lien avec les différents types de pratiques. Je mobilise pour cela les travaux de l'équipe MIT sur la construction et le développement des espaces touristiques[145] (équipe MIT 2002,

[145] L'équipe MIT définit dans ses publications l'« espace touristique » comme un espace qui concentre un certain nombre de lieux touristiques, possède une image globale profondément liée au tourisme et dans lequel le tourisme joue un rôle significatif voire un rôle structurant de la société, de l'économie et du territoire.

Knafou, Bruston, Deprest, Duhamel, Gay et Sacareau 1997), notamment en montagne (Boujrouf, Bruston, Duhamel, Knafou et Sacareau 1998, Sacareau 2000).

La thèse défendue ici est que le tourisme dans les Atlas s'est développé depuis la période coloniale suivant une dynamique de « boucle ». On retrouve, dans les offres de tourisme patrimonial, cette logique de la boucle, mais à une échelle beaucoup plus réduite que dans les offres de tourisme sportif : les acteurs du tourisme patrimonial proposent aux visiteurs des circuits « en étoile », c'est-à-dire qu'ils leur proposent d'effectuer des boucles à la journée, leur permettant de découvrir des lieux différents chaque jour ou chaque demie-journée, à partir d'un ou de quelques lieux dans lesquels ils sont hébergés et restent plusieurs jours. Cette multiplication de boucles à échelle réduite me semble permettre de mieux diffuser l'activité touristique dans les espaces étudiés.

Logique de la « boucle » et sélection des lieux touristiques

Les travaux de l'équipe MIT montrent que des lieux touristiques ont été développés en montagne par leur intégration initiale à des boucles touristiques secondaires, passant par de grandes villes qui jouent le rôle de belvédère, de portes d'entrée aériennes et de camp de base pour aller en montagne, et par de petites villes relais situées au pied des massifs ou dans le fond des vallées situées au pied des hauts sommets, qui constituent les points d'apogée de ces boucles. La mise en tourisme du Haut Atlas relève bien de cette logique de la boucle, comme l'ont montré Boujrouf, Bruston, Duhamel, Knafou et Sacareau (1998) : à la période coloniale, le tourisme a été développé dans le massif du Toubkal à partir de Marrakech (qui faisait partie du circuit classique des villes impériales) et de relais comme Imlil, au pied du Toubkal. Ce sommet est alors devenu le point d'apogée des itinéraires de randonnée, si bien que les lieux touristiques sont nés sur ces itinéraires en tant que « stations » au sens premier du terme, sur le chemin menant au Toubkal. On observe la même logique dans les années 1980-1990 dans le Haut Atlas central : le tourisme de randonnée s'y développe à partir de Marrakech et de la ville-relais d'Azilal, et les itinéraires sont pensés pour permettre l'ascension du M'Goun.

Les lieux touristiques qui émergent en lien avec la mise en place de ces boucles peuvent être considérés comme des « villages-étapes », c'est-à-dire comme des lieux de passage pour les randonneurs, qui peuvent y être hébergés mais ne restent le plus souvent qu'une nuit. Dans la vallée des Aït Bouguemez, le village d'Imelghas ou celui d'Agouti, points de départ de nombreuses ascensions dans le massif du M'Goun sont des exemples de « villages-étapes », qui se développent dans les années 1980-1990. Certains, comme Imelghas, à l'intersection de plusieurs

itinéraires de randonnée, se développent particulièrement. Si la « station » de l'Oukaïmeden (ce terme étant entendu dans le sens d'un type de lieu créé et conçu pour le tourisme) est dédiée principalement à la pratique du ski, elle est aussi intégrée aux boucles de randonnée qui permettent de faire l'ascension du Toubkal[146].

La mise en tourisme de la montagne à travers une activité de randonnée, suivant une logique de « boucle », constitue donc un processus sélectif, puisque seulement quelques villages-étapes émergent dans ce processus.

Logique de l'aller-retour et concentration de l'activité touristique jusqu'à saturation de l'espace touristique

Le tourisme d'excursion qui se développe en parallèle ne se déploie pas selon les mêmes logiques spatiales : les touristes se rendant dans la vallée de l'Ourika ne font pas de « boucle ». Leur déplacement prend plutôt la forme d'un aller (jusqu'au fond de la vallée, à Setti Fatma) et d'un retour. Le village de Setti Fatma fait moins figure de « village étape » que de « village touristifié », car le tourisme y est devenu sinon la fonction principale (à certains moments de l'année), du moins une fonction centrale dans l'économie locale, et, surtout, car la structure spatiale du village est profondément subvertie par le tourisme, le village s'étant considérablement étendu, avec l'installation le long de l'oued et de la route de multiples cafés et boutiques de souvenirs. La vallée étant extrêmement étroite, l'activité touristique en pleine expansion a tendance à s'étendre tout le long de la route qui mène du piémont à Setti Fatma, provoquant fréquemment des embouteillages et les critiques des touristes comme des acteurs, qui regrettent la saturation de la vallée.

La mise en tourisme de la montagne à travers des pratiques d'excursion, suivant une logique d'aller-retour, conduit donc à la concentration extrême de l'activité touristique.

---

[146] Dans ce paragraphe comme dans les suivants, je mobilise la typologie des lieux touristiques - soit des lieux créés ou investis par le tourisme et transformés pendant au moins un temps par la présence de touristes – proposée par l'équipe MIT (1997 et 2002). Celle-ci prend en compte la création et le développement des lieux touristiques dans le temps (le tourisme pouvant être à l'origine de l'invention du lieu ou investir et subvertir un lieu préexistant au tourisme), la présence d'hébergements sur place ou non, et la présence d'une population habitant en permanence le lieu touristique.

Logique de la boucle à échelle réduite, valorisation du patrimoine et rediffusion de l'activité touristique

En proposant non plus des traversées ou des boucles à échelle large, mais des circuits en « étoile », avec des boucles à échelle réduite, les porteurs des porjets de tourisme patrimonial permettent aux visiteurs de découvrir différents objets et pratiques patrimoniaux. Pour être précis, il faut dire qu'il n'y a pas de vraie opposition entre le tourisme de randonnée et le tourisme patrimonial. Ce dernier n'est pas sédentaire : certes, il implique des séjours plus longs dans les lieux touristiques, mais il peut être aussi itinérant, bien que ce soit seulement à l'échelle d'une vallée. Certains acteurs du tourisme patrimonial proposent de découvrir des lieux de patrimoine disséminés dans une espace réduit comme une vallée mai aussi, dans certains cas, de partir sur plusieurs jours en randonnée, à la découverte du patrimoine sur une échelle plus large. L'itinérance proposée dans ces projets est donc à géométrie variable. Il s'agit pour ces raisons d'un glissement de pratiques plus que d'une différence bien établie entre deux types de tourisme qui serait bien différenciés. Les logiques spatiales du tourisme de randonnée et du tourisme patrimonial ne sont d'ailleurs pas non plus en rupture nette, puisque ces deux pratiques se déploient selon une dynamique de boucle. Mais le fait que le tourisme patrimonial privilégie la visite de lieux peu éloignés, des boucles conçues à l'échelle temporelle d'une journée, des séjours longs dans un petit nombre de lieux d'hébergements, lui permet de diffuser l'activité touristique au sein des territoires étudiés mieux que ne le font le tourisme de randonnée et d'excursion seuls.

Le tourisme patrimonial redynamise les « villages-étapes » qui ont émergé depuis les années 1980-1990, alors que la fréquentation des gîtes situés dans ces villages a eu tendance à stagner ces vingt dernières années. En effet, il permet que les visiteurs séjournent dans les gîtes plus longtemps que les touristes qui effectuent une randonnée sur une longue distance et qui ne restent qu'une nuit. Il entraîne la rénovation de kasbahs et leur transformation en hébergements touristiques (souvent appelés « ecolodges »), qui rencontrent un certain succès. En lien avec la présence de coopératives valorisant des savoir faire paysans ou artisanaux (comme à Agouti, dans la vallée des Aït Bouguemez), d'ensembles architecturaux tels que des greniers collectifs (comme celui de Sidi Moussa à Timit), de villages fortifiés ou encore de moulins à eau (tels ceux d'Aït Imi), le nombre d'hébergements touristiques augmente dans les villages, le nombre de touristes également, ils séjournent plusieurs nuits de suite dans ces hébergements. Cette revitalisation peut concerner les villages voisins d'un lieu patrimonial. C'est le cas des villages de Timit, Iskatafen et Imelghas, au pied du grenier de Sidi Moussa. On peut dire que

ces « villages-étapes » se transforment en « village à fonction touristique », car ils connaissent un accroissement de leur capacité d'accueil, de l'investissement de la population et du nombre de touristes reçus, sans pour autant que la structure d'ensemble du village ne soit modifiée, et car leur fonction touristique n'est plus liée seulement à l'hébergement le temps d'une nuit mais aussi au séjour, sur plusieurs journées, et à la visite pendant le jour. *A contrario*, dans les « villages-étapes » et les « villages touristifiés » comme Setti Fatma qui n'ont pas misé sur cette nouvelle offre, le nombre d'hébergements et de touristes reçus stagne.

Le tourisme patrimonial, en plus de redynamiser des « villages-étapes », qui ont émergé avec le développement du tourisme de randonnée, et de les transformer en « villages à fonction touristique », créé de nouveaux « villages à fonction touristique » qui n'existaient pas comme tels avant le tourisme patrimonial. On peut hésiter sur l'appellation à donner à ces lieux. Cependant, il ne semble pas possible de les réduire à des « sites », lieux touristiques (par ailleurs habités en permanence) caractérisés par des pratiques de passage de la part des touristes, car on observe une pratique émergeante de séjour, en lien avec la création d'hébergements, chez l'habitant et en gîtes. Ce ne sont pas non plus des « villages-étapes » car les visiteurs séjournent en général plusieurs jours dans le village. Ainsi, bien que la création d'hébergements dans ces lieux soit très récente et que ces hébergements soient peu nombreux, on peut qualifier ces nouveaux lieux touristiques de « villages à fonction touristique ». Dans les terrains étudiés, plusieurs « villages à fonction touristique » émergent autour de « sites » patrimoniaux nouvellement valorisés. C'est le cas d'Ibaqaliouine, dans la vallée des Aït Bouguemez, avec les traces de dinosaures et le grenier collectif, de Warzazt, sur le plateau du Yagour, avec l'activité de transhumance et les gravures rupestres, de Tafza, avec l'activité de poterie et l'Ecomusée berbère de l'Ourika, et de Tnine l'Ourika, avec la safranière et le jardin bio-aromatique. L'émergence, avec le tourisme patrimonial, des deux villages-étapes dans le bas de la vallée de l'Ourika, permet de rééquilibrer l'espace touristique vers le bas.

En lien avec le tourisme patrimonial, qui diffuse le phénomène touristique dans des villages peu fréquentés jusque-là, créé de nouveaux villages à fonction touristique, renforce certains villages-étapes et les transforme peu à peu en villages à fonction touristique, on assiste à la reconfiguration des espaces touristiques. Ces évolutions ont aussi à voir avec l'accessibilité des lieux. Les porteurs des projets s'intéressent à tel lieu plutôt qu'à tel autre également en fonction de considérations fonctionnelles :

- Dans la vallée des Aït Bouguemez, des villages à fonction touristique émergent dans des zones reculées comme Rbat ou Ibaqliouine, dans la partie sud de la vallée, la moins touristique jusque-là. Quelques villages, autour du grenier de Sidi Moussa, au centre de la vallée, à proximité de la route goudronnée et du centre de Tabant, se transforment en villages à fonction touristique, comme en témoigne l'importance du nombre de gîtes créés depuis le début des années 2000. Ainsi, des lieux touristiques qui avaient émergé dans les années 1990 se trouvent consolidés. Les villages proches de la route goudronnée voient leur activité touristique s'accroître, d'Agouti à Timit, alors que la partie nord de la vallée, qui avait fait l'objet de la mise en tourisme initiale, car elle constituait le point d'arrivée de la piste, voit l'activité touristique stagner.

- Dans l'Ourika, tandis que les activités touristiques se concentrent dans le haut de la vallée, notamment autour de Setti Fatma, les projets de tourisme alternatifs se situent dans le bas. Là émergent de nouveaux villages à fonction touristique, comme Tafza et Tnine l'Ourika.

Carte 10. Valorisation du patrimoine et reconfiguration des lieux touristiques dans la vallée des Aït Bouguemez

Une vallée phare du tourisme de randonnée

Un environnement à la fois contrainte et ressource pour le tourisme de randonnée

- 1800-2000 mètres d'altitude
- 2000-3000 mètres d'altitude
- Principales lignes de crêtes
- Sommets
- Assif (cours d'eau)
- Pistes
- Route goudronnée
- AGOUTI Villages principaux
- **Tabant** Siège de la commune
- *Jbel Tizal* Chaînes montagneuses
- ★ Le centre de formation des guides, héritage du PHAC (années 1980-1990)
- Principaux itinéraires classiques de randonnée
- Azilal Noms des lieux touristiques proches

L'émergence de nouveaux sites touristiques à travers la valorisation de pratiques et d'objets patrimoniaux

- Éléments architecturaux (greniers collectifs, kasbahs, villages fortifiés)
- Coopératives agricoles ou artisanales valorisant des savoir-faire
- Projets de coopératives agricoles ou artisanales valorisant des savoir-faire
- Autres (moulins à eau, traces de dinosaures, etc.)
- Boucles permettant de visiter les sites nouvellement valorisés

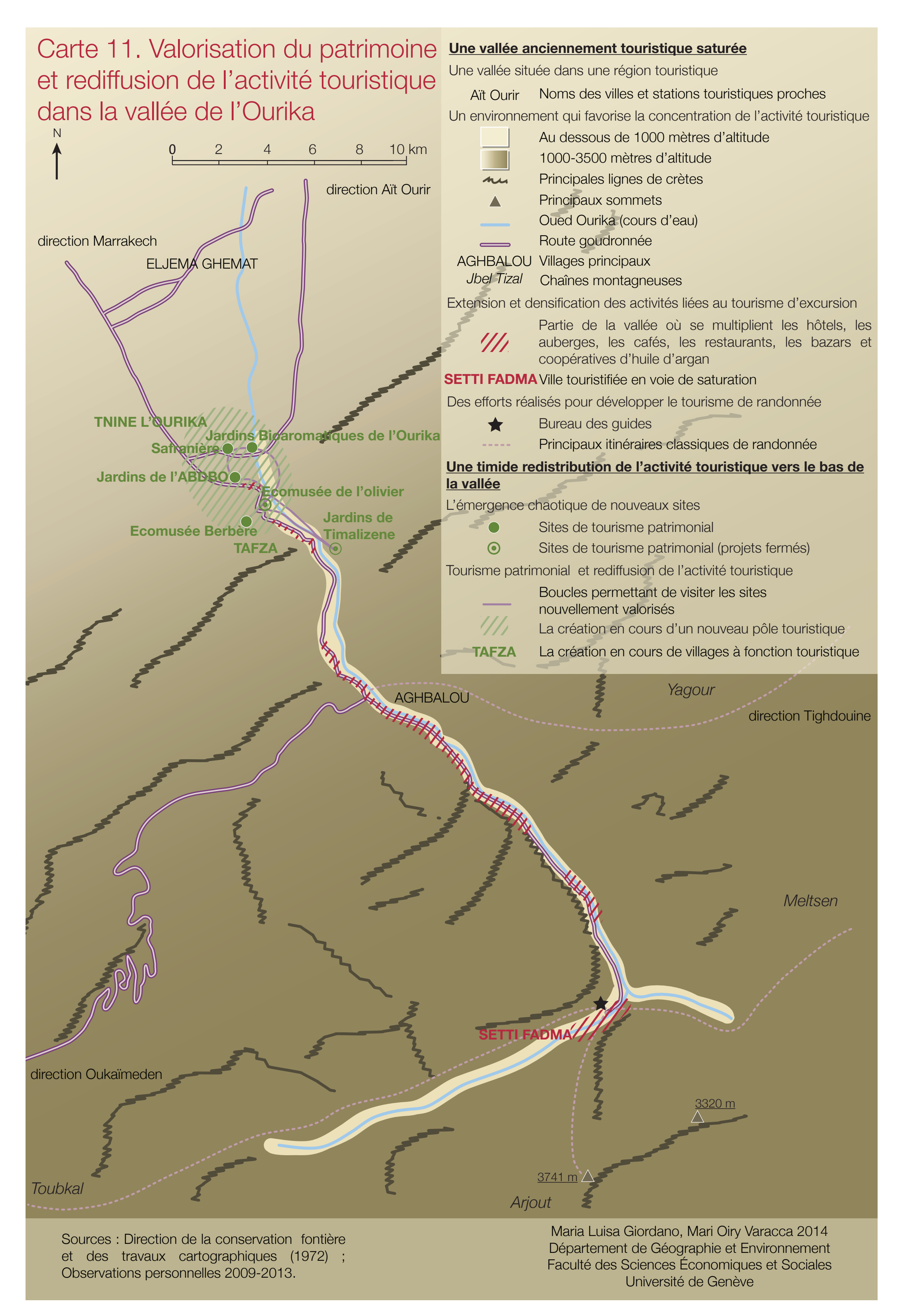
Le tourisme patrimonial, levier de la transformation des lieux du tourisme de randonnée

- Villages-étapes transformés en villages à fonction touristique, dans lesquels le nombre de logements touristiques a fortement augmenté depuis les années 1980-1990
- *Ecolodges* créés depuis le milieu des années 2000
- Villages-étapes dans lesquels le nombre de logements touristiques a stagné depuis les années 1980-1990
- Villages à fonction touristique dans lesquels ont récemment été ouverts quelques gîtes et chambres d'hôtes

Azourki
direction Ait Mhamed
ZAWIT OULAMZI
AÏT OUCHI
IGLOUANE
IFRANE
TAGHOULID
Izourar
Ighil n Aït Ouriat
Tizi n'Ayt Ourir
Jbel Tizal
3044 m
ISKATAFENE
IMELGHAS
RBAT
IBAQALIWN
TIMIT
TABANT
AÏT IMI
AGUERD N-OUZROU
TALSENANT
AÏT ZIRI
AGOUTI
direction Azilal
Jbel Wacugoulzat
3228 m
Tizi n'Aït Imi
M'goun
Tafenfent
0 1 2 4 km
N

Sources : Diagnostic Territorial Participatif de la commun de Tabant (APP développement 2010) ; Senil et Julien (2013); Direction de la conservation fontière et des travaux cartographiques (2007) ; Observations personnelles 2010-2011.

Maria Luisa Giordano, Mari Oiry Varacca 2014
Département de Géographie et Environnement
Faculté des Sciences Économiques et Sociales
Université de Genève


Carte 11. Valorisation du patrimoine et rediffusion de l'activité touristique dans la vallée de l'Ourika
N
0 2 4 6 8 10 km
direction Aït Ourir
direction Marrakech
ELJEMA GHEMAT
TNINE L'OURIKA
Jardins Bioaromatiques de l'Ourika
Safranière
Jardins de l'ABDBO
Ecomusée de l'olivier
Jardins de Timalizene
Ecomusée Berbère
TAFZA
AGHBALOU
Yagour
direction Tighdouine
Meltsen
SETTI FADMA
direction Oukaïmeden
3320 m
3741 m
Toubkal
Arjout
Une vallée anciennement touristique saturée
Une vallée située dans une région touristique
Aït Ourir Noms des villes et stations touristiques proches
Un environnement qui favorise la concentration de l'activité touristique
Au dessous de 1000 mètres d'altitude
1000-3500 mètres d'altitude
Principales lignes de crètes
Principaux sommets
Oued Ourika (cours d'eau)
Route goudronnée
AGHBALOU Villages principaux
Jbel Tizal Chaînes montagneuses
Extension et densification des activités liées au tourisme d'excursion
Partie de la vallée où se multiplient les hôtels, les auberges, les cafés, les restaurants, les bazars et coopératives d'huile d'argan
SETTI FADMA Ville touristifiée en voie de saturation
Des efforts réalisés pour développer le tourisme de randonnée
Bureau des guides
Principaux itinéraires classiques de randonnée
Une timide redistribution de l'activité touristique vers le bas de la vallée
L'émergence chaotique de nouveaux sites
Sites de tourisme patrimonial
Sites de tourisme patrimonial (projets fermés)
Tourisme patrimonial et rediffusion de l'activité touristique
Boucles permettant de visiter les sites nouvellement valorisés
La création en cours d'un nouveau pôle touristique
TAFZA La création en cours de villages à fonction touristique
Sources : Direction de la conservation fontière et des travaux cartographiques (1972) ; Observations personnelles 2009-2013.
Maria Luisa Giordano, Mari Oiry Varacca 2014
Département de Géographie et Environnement
Faculté des Sciences Économiques et Sociales
Université de Genève

- Dans le Zat, peu touristique jusque récemment, les villages qui accueillent les gîtes de l'Association des Amis du Zat constituent des « villages à fonction touristique » en devenir, organisés autour de Tighdouine, au bout de la route goudronnée qui conduit à Marrakech, base de l'AAZ et centre d'un tourisme national de masse autour de la source de Sidi Ahmed el Wafi. Mais la réduction de l'activité de l'AAZ freine considérablement cette transformation.

- Dans la région de Taliouine, le centre de Taliouine, centre fonctionnel situé sur la route qui conduit d'Ouarzazate à Agadir et qui concentre la majorité des équipements touristiques, est en train d'émerger comme relais touristique à partir duquel les touristes peuvent rejoindre les villages d'accueil dispersés en montagne, dans lesquels ont été bâties les auberges, sous la houlette de Migrations et Développement. Dans ceux où le projet est une réussite, les villages d'accueil deviennent des « villages à fonction touristique ». La structuration de ce réseau et son organisation autour de Taliouine est en cours, avec l'appui de Maroc Inédit, de l'association des acteurs du tourisme récemment constituée et de l'association des producteurs de safran, appelée à gérer la Maison du safran et à en faire un centre d'orientation touristique.

Le tourisme patrimonial est donc facteur de redistribution, de rediffusion de l'activité touristique. Il est susceptible de créer de nouveaux lieux touristiques tout en redynamisant les lieux touristiques plus anciens. J'ai appelé ces lieux, (re)travaillés par le tourisme patrimonial, des « villages à fonction touristique », parce que les touristes, loin de ne faire qu'y passer, y séjournent souvent plusieurs nuits et plusieurs journées. Mais il faut faire la différence entre les villages où l'activité touristique est plus ancienne et plus importante, et ceux où cette activité est récente, liée au tourisme patrimonial, où son rôle dans l'évolution du village est généralement moins important.

2. La construction inachevée d'identités territoriales lisibles

Pour servir le développement des territoires dans lesquels ils réalisent leurs projets, sur la durée, les acteurs du tourisme patrimonial disent vouloir fabriquer une image de ces territoires qui soit plus lisible et plus spécifique. Qu'en est-il ? Pour répondre à cette question, je mobilise des grilles de lecture issues d'études réalisées en économie territoriale (François *et al.* 2006, Lacroix, Mollard et Pecqueur 2000, Landel 2007, Landel et Senil 2009, Pecqueur 2001). Elles invitent à observer s'il y a un processus de transformation, par les acteurs locaux, d'objets patrimonialisés en « marqueurs territoriaux », emblématiques de l'identité du

territoire telle qu'ils la conçoivent et veulent la présenter, une identité gage de qualité, et s'il y a constitution de « paniers de biens et de services » touristiques, constitués de plusieurs objets représentatifs de cette identité. Pour ces auteurs, la fabrication de tels marqueurs et paniers permettrait d'accroître la valeur des objets mobilisés, d'augmenter leur vente, de rendre le territoire plus compétitif en le singularisant par rapport aux autres, et, ainsi, de faire de la mobilisation des identités des leviers du développement territorial.

La fabrication en cours d'images plus spécifiques des territoires

Dans les Atlas, les acteurs touristiques s'efforcent de travailler les identités territoriales, de construire des marqueurs territoriaux et des paniers de biens et de services touristiques, mais cette construction est inachevée, et plus ou moins avancée selon les territoires.

Le processus semble le plus avancé dans la région de Taliouine, c'est à dire dans la région qui semble la plus marginalisée, par rapport aux autres terrains d'étude. Elle est en effet présentée dans les documents qui font la promotion du réseau d'auberges monté sous l'égide de Migrations et Développement comme le « pays du safran ». Et de nombreux acteurs touristiques jouent sur l'image du crocus et la couleur mauve du safran pour promouvoir leurs projets. Cependant, la construction d'une identité territoriale autour du safran est loin d'être acquise. Pour les responsables de Maroc Inédit, tout reste à faire (C15E1) :

> « Il faut tout un travail pour renforcer l'image de Taliouine autour du safran. C'est l'objectif de l'association ATDT. La stratégie, c'est de faire en sorte que, quand on pense à Taliouine, on pense au safran. Que les touristes puissent goûter de la cuisine au safran, qu'il y ait des circuits clairement identifiés autour du safran. Déjà, il faudrait commencer par rendre plus visible le safran dans le paysage de la ville. Il faudrait au moins des panneaux « pays du safran » et pas que des pancartes d'acteurs privés. Il faudrait reprendre le site *web* mis en place par Migrations et Développement, pour présenter à la fois une image forte autour du safran et une offre diversifiée et complémentaire ».

Pour eux, le *marketing* a précédé la réalité. La réalité de l'offre touristique ne correspond pas encore à l'image, au slogan construit par MD, et ce pour plusieurs raisons : les auberges ne sont pas encore toutes en fonctionnement, ce à quoi Maroc Inédit s'attèle à remédier, les efforts de coordination des acteurs touristiques sont encore trop récents pour être efficaces, et les projets tels que la Maison du safran, appuyés par les autorités, n'ont pas encore été repris à leur compte par les acteurs locaux. Selon eux, la fabrication d'une image du territoire

plus forte et de qualité autour du safran va dépendre de la capacité des producteurs de safran à améliorer encore la qualité de leur production, et de la capacité des acteurs touristiques à travailler ensembles et avec les producteurs du safran. Ils pensent de plus que les acteurs touristiques devraient jouer la carte du safran, sans pour autant oublier d'y rattacher d'autres produits locaux (amande, plantes aromatiques, *etc.*) et d'autres objets du patrimoine tels que les greniers collectifs, afin que l'image de qualité du safran rejaillisse sur ces objets, et afin de valoriser une offre à la fois cohérente et diversifiée. Il y a chez eux la conscience qu'il y a des défis à relever pour parvenir à renforcer l'image de Taliouine autour du safran, à faire en sorte que l'offre touristique reflète cette image, et à constituer un panier de biens et de services touristiques diversifiés et complémentaires.

Dans la vallée des Aït Bouguemez, seuls quelques acteurs travaillent à la fabrication de marqueurs territoriaux. La coopérative Tikniouine a ainsi choisi comme *logo* le grenier de Sidi Moussa (figure 72). Elle rattache à ce symbole d'autres objets, des produits du terroir, afin de leur donner une image plus spécifique, liée au territoire de la vallée des Aït Bouguemez. D'autres acteurs m'ont dit leur volonté de travailler à la construction d'une image plus cohérente du territoire. Certains trouvent bonne l'idée de mettre en avant le grenier de Sidi Moussa, car ils y voient un symbole de toute la vallée. D'autres, notamment dans les lieux plus éloignés du grenier, estiment qu'il favorise les villages proches de celui-ci, et qu'il vaudrait mieux jouer sur une activité emblématique d'une activité traditionnellement pratiquée dans toute la vallée, telle que la transhumance, ou sur un arbre et un produit que l'on retrouve partout dans la vallée, comme le noyer et la noix. Ceux qui préfèrent Sidi Moussa pensent que cet édifice permet de spécifier davantage la vallée, alors que la transhumance ou le noyer peuvent se retrouver ailleurs dans les Atlas. Un guide met également en avant les qualités esthétiques du grenier, magnifiées par le dessinateur Titouan Lamazou, dans les années 1980 (figures 73 et 74). Pour lui, il faudrait utiliser ses dessins dans la création d'un *logo* pour la vallée, car il ferait écho à l'imaginaire que peuvent avoir les touristes de la vallée, marqués par les représentations qu'en a faites le dessinateur.



Figure 72 : panneau indiquant la coopérative Tikniouine à Timit (mars 2011).
Figures 73 et 74 : le grenier de Sidi Moussa dessiné par Titouan Lamazou (Huet et Lamazou 2012 [1980-1990], p. 238 et p. 256).

La mobilisation des acteurs autour de la fabrication d'un ou de marqueurs territoriaux est cependant entravée par les difficultés que rencontrent les acteurs touristiques pour se rassembler dans une ou des associations, et par le manque d'appui des autorités : le président de la commune, le *caïd* et les autorités provinciales parlent de relancer le *moussem* des Aït Bouguemez, mais certains voudraient promouvoir la pomme, d'autres la noix, et j'ai pu constater qu'ils n'en discutent pas entre eux.

Dans les vallées du Zat et de l'Ourika, les acteurs parlent d'organiser un évènement festif autour de la transhumance, activité pratiquée par les tribus des deux vallées, sur le plateau du Yagour, mais, depuis la réunion d'acteurs organisée à Tighdouine en avril 2011, les acteurs disent que le projet n'a pas avancé, signe de leur difficulté à dialoguer. Dans le bas de la vallée de l'Ourika, les acteurs des projets réalisés autour des plantes aromatiques et médicinales (PAM) disent vouloir travailler l'image de la vallée autour de ces produits et des savoir-faire et usages traditionnels existant autour de ceux-ci, mais, là encore, le manque de dialogue entre les porteurs de projets empêche toute action commune. De leur côté, les autorités provinciales, dans le cadre du PAT Haut Atlas Al Haouz, ont choisi d'appuyer des projets de valorisation des PAM dans la vallée d'Agoundiss et non dans celle de l'Ourika.

Les entraves à la fabrication d'identités territoriales plus fortes

La fabrication par les acteurs touristiques d'images des territoires plus cohérentes, plus lisibles et plus spécifiques est entravée par les difficultés que rencontrent les

acteurs à se coordonner entre eux, et par le manque d'appui accordé par les autorités à leurs projets, comme le montrent les cas évoqués ci-dessus.

Une offre touristique alternative encore peu visible

Le processus est également freiné par la faible attractivité des offres de tourisme patrimonial. On a vu, au chapitre 6, que le nombre de touristes qu'elles drainent reste le plus souvent faible et qu'elles peinent à capter une clientèle nationale. On ne peut donc pas parler de renouvellement du produit touristique de montagne. Dans les régions encore peu touristiques, les présidents des communes interrogés constatent la permanence d'un tourisme de passage : la vallée du Zat est essentiellement fréquentée par des groupes de randonneurs qui effectuent la Grande Traversée des Atlas marocains ; à Taliouine, la plupart des touristes s'arrêtent seulement le temps d'une halte d'une journée au maximum entre Agadir et Ouarzazate. Dans les régions plus anciennement touristiques comme l'Ourika dominent les offres que les acteurs du tourisme alternatif désignent comme commerciales : les touristes étrangers, souvent en groupes, encadrés par un tour opérateur, et les touristes marocains, en famille ou entre amis, se rendent pour la plupart à Setti Fatma, en s'arrêtant parfois dans des cafés et des bazars au bord de la route, mais il est plus rare qu'ils s'arrêtent dans le bas de la vallée. Dans les Aït Bouguemez, la majorité des touristes ne reste qu'une ou deux journées, avant de continuer à randonner vers d'autres vallées.

Les offres dites alternatives sont de plus menacées par un risque de banalisation. Dans la vallée des Aït Bouguemez et dans la région de Taliouine, on voit en effet fleurir des projets de coopératives, comprenant un musée et un espace de vente des produits du terroir, qui risquent d'être redondants.

Des désaccords sur l'échelle et la délimitation des territoires de projets

Par ailleurs, les acteurs en présence travaillent sur des territoires de projets d'échelles différentes. Tandis que les autorités provinciales en charge des PAT agissent à l'échelle des provinces, les acteurs locaux se focalisent le plus souvent sur une vallée ou sur un terroir, comme à Taliouine. Certains travaillent à l'échelle d'un village ou d'un ensemble de villages. Ces échelles d'action ne sont pas contradictoires. On peut imaginer que la constitution d'une image forte de chaque vallée serve une image forte d'un massif ou d'un autre type de territoire plus vaste. Mais les acteurs touristiques locaux dénoncent la priorité donnée par les acteurs institutionnels à des territoires qui ne font pas sens localement. La disjonction entre les échelles d'action des acteurs locaux, privés et associatifs, et des acteurs

institutionnels, constitue un frein à la construction d'images plus fortes des territoires.

Le mauvais état des objets patrimoniaux

Un autre obstacle réside dans le mauvais état d'un grand nombre d'objets patrimoniaux. Par exemple, dans la vallée des Aït Bouguemez, seuls quelques savoir-faire paysans et artisanaux ont fait l'objet d'attention, à travers les coopératives de produits du terroir et les coopératives de tapis ou de sculptures sur bois. En ce qui concerne le patrimoine matériel, les projets menés par le Géoparc – protection des traces de dinosaures et rénovation du grenier d'Ibaqliouine – n'ont pas été achevés, et les gravures rupestres d'Aguerd n'Ouzrou, la majorité des *kasbah*, et les greniers d'Agouti et de Chita sont à l'abandon. Cela remet en cause la création de circuits thématiques autour du patrimoine, comme celui sur les greniers collectifs en projet aux services provinciaux du tourisme.

De fait, les projets de rénovation du patrimoine matériel, en particulier du patrimoine monumental des *kasbah* et des *agadir*, doivent faire face à plusieurs difficultés, que soulignent les acteurs touristiques rencontrés : l'absence d'attention des tours opérateurs, qui préfèrent exploiter les ressources patrimoniales existantes plutôt que de participer à leur préservation sur le long terme ; l'absence de formation des acteurs touristiques en matière de patrimoine ; le manque d'aides publiques ; les mésententes entre les propriétaires ; et les questions de mémoire. Le cas des *kasbah* du Glaoui, dans la région de Taliouine, illustre ces difficultés. Leur restauration est freinée avant tout par l'absence d'actes de propriété : les murs sont à la famille du Glaoui, et les terres aux habitants, ce qui a abouti à des conflits qui n'ont toujours pas été résolus et ne permettent pas de rénover les *kasbah* dans leur ensemble. Certaines associations seraient prêtes à appuyer des projets de rénovation, mais elles manquent de moyens, selon Jamal, président fondateur de MD (C16E8) :

> « On a une vision en matière de patrimoine, mais on n'a pas la capacité, les moyens humains et financiers de la réaliser. La rénovation est tributaire des autorisations des autorités, des feux verts des héritiers. Elle est tributaire de mettre en relations les gens, ce qui demande un temps fou. C'est du temps qu'on paye. Dans la rénovation du patrimoine on pleure avec les gens. On n'a que les yeux pour pleurer, comme on dit ».

Selon Mahjoub Bajja (C15E1), c'est aussi une question de mémoire : ceux à qui a été transmise l'histoire de l'oppression par la famille du Glaoui n'ont pas envie de

rénover un patrimoine qui leur rappelle une histoire douloureuse. Mais, pour les nouvelles générations, cette mémoire tend à s'estomper.

Des cas de remise en état du patrimoine matériel monumental – dont certains ont été évoqués dans le chapitre précédent - donnent des pistes sur les conditions qui peuvent favoriser la réussite de projets de rénovation et de valorisation de ce type de patrimoine. Parmi celles-ci, on peut citer : l'utilisation du tourisme comme moyen de dégager des fonds pour restaurer et entretenir le patrimoine ; la rentabilité du projet pour les propriétaires, afin qu'ils aient un intérêt à le préserver; la réactivation de solidarités communautaires et la maîtrise par la communauté des décisions prises en matière de rénovation du patrimoine, même si interviennent des financements privés, étrangers ou de migrants ; la formation des acteurs touristiques au patrimoine ; la rénovation de patrimoines qui font sens pour la communauté locale ; la conservation ou la réactivation de la fonction initiale de l'objet, afin que l'activité touristique ne soit pas la seule à donner du sens à l'objet.

Si certains objets patrimoniaux ont fait l'objet de projets réussis de revalorisation, et peuvent éventuellement être le support de projets visant à les instituer en emblèmes d'une identité territoriale, d'autres – dont les monuments - restent en mauvais état. Cela freine le processus de fabrication d'identités territoriales fortes, sans pour autant le remettre en question. A Taliouine, comme dans les Aït Bouguemez, les acteurs se focalisent sur les produits du terroir. Néanmoins, le patrimoine monumental, parce qu'il marque le paysage et frappe le regard, en toutes saisons, peut être transformé en marqueur territorial susceptible de valoriser des produits du terroir, comme le fait la coopérative Tikniouine avec le grenier de Sidi Moussa. On voit donc à la fois la fécondité des démarches visant à assembler divers objets de patrimoine de manière à renforcer l'image d'un territoire, et l'obstacle que constitue le maintien d'un grand nombre d'objets en mauvais état.

II. La recomposition des identités et des territorialités

Les effets du tourisme patrimonial, ambivalents en matière de développement territorial, semblent plus importants en terme socioculturels : les sentiments d'appartenance sont profondément travaillés par les négociations qui se jouent autour du tourisme patrimonial.

1. L'émergence de « sous-cultures » touristiques ?

Dans un contexte où émerge un groupe d'acteurs du tourisme patrimonial, on peut mettre en question le caractère collectif des identités qu'ils présentent aux touristes : celles-ci ne correspondent-elles pas aux représentations qu'en ont les porteurs de projets plus qu'aux identités telles qu'elles sont vécues par les autres acteurs locaux ?

Les sous-cultures des acteurs du tourisme patrimonial et militant

La dimension collective des identités retravaillées par le tourisme mise en question

Il semble difficile, puisque le tourisme patrimonial est loin de concerner la majorité des montagnards, de qualifier les identités véhiculées dans les projets de « collectives ». Celles-ci reflètent plutôt le point de vue des porteurs des projets et de quelques notables sur les sociétés d'accueil et sur les sentiments d'appartenance qui les traversent. Elles reflètent les identités collectives telles qu'elles sont perçues et vécues par ces acteurs. Ceux que les *subaltern studies* appellent les subalternes, qui défendent et revendiquent des identités *via* le tourisme, constituent ainsi une élite. Je rejoins ici la démarche de Spivak qui, dès 1988, prônait l'introduction de nuances sociales dans la catégorie de « subalterne », et les réflexions de Byrd et Rothberg (2011), qui ont montré que les subalternes forment une catégorie qui n'est ni unanime ni unie, car les élites jouent un rôle clé dans le façonnement et la circulation des représentations sociales des subalternes. Dans le cas présent, il semble qu'émerge une « sous-culture touristique », en lien avec l'émergence d'un nouveau groupe social investi dans le tourisme, constitué des porteurs de projets touristiques et de notables travaillant avec ces derniers.

L'existence d'une même culture amazighe englobante?

La notion de « subculture » désigne, pour les sociologues américains qui ont inventé et diffusé le terme, un ensemble culturel propre à un groupe social, qui se différencie de la culture plus large dans laquelle le groupe s'inscrit, par exemple par sa profession (c'est le cas ici, puisqu'il s'agit d'individus qui travaillent dans le secteur touristique) et par son groupe social (il s'agit ici d'une élite d'individus, soit parce qu'ils sont des notables, soit parce qu'ils sont étrangers). Il est inclut dans une culture qui peut être ethnique (ici, berbère ou *amazighe*). Dans ce cas d'étude, les acteurs du tourisme patrimonial, parties prenantes d'une « sous-culture touristique », jouent-ils de leur inclusion dans un ensemble ethnico-culturel plus vaste, *amazigh*, ou l'ignorent-ils ? Si tous les porteurs de projets évoquent, se reconnaissent et valorisent une identité berbère ou *amazigh* qu'ils considèrent comme une identité englobant les autres, les militants *amazighs* revendiquent davantage cette amazighité. Ils la mobilisent dans des stratégies non seulement socioéconomiques et culturelles mais aussi clairement politiques. On peut donc parler, plutôt que d'une seule sous-culture touristique, de deux sous-cultures touristiques, en distinguant celle des acteurs militants.

L'affirmation d'une identité plurielle qui n'est pas celle des autres acteurs locaux

Dans la notion de « subculture », il y a aussi l'idée selon laquelle seules les parties prenantes de la sous-culture s'approprieraient celle-ci : les acteurs touristiques s'approprieraient les identités collectives qu'ils présentent aux touristes, mais pas le reste de la société d'accueil. Telle est la thèse soutenue par Grégoire et Scholze (2012) pour le cas des acteurs touristiques touarègues de l'Aïr, au Niger. Qu'en est-il dans les Atlas marocains?

L'identité berbère ou *amazighe* n'a pas le même sens pour les acteurs touristiques et pour les autres acteurs locaux. Les premiers valorisent et revendiquent une identité plurielle, faisant appel à de multiples référentiels et renvoyant à des territoires d'échelles variées, emboîtées, du local au transnational. Cela est à mettre en rapport avec le fait qu'ils correspondent au profil du « militant transnational cosmopolite enraciné » évoqué par Beck (2006). Ils ont des liens avec la ville et l'étranger et sont capables d'y mobiliser des réseaux et des soutiens, parce qu'ils sont de nationalité étrangère ou émigrés, circulant entre Maroc et Europe. Ils ont un niveau d'étude secondaire ou supérieur, plus important que la moyenne des acteurs locaux, ce qui les rend capables de monter des projets complexes, de jouer sur des référents et des discours identitaires variés et de traduire ces référents dans des contextes locaux.

L'appropriation par le reste de la société d'accueil de ces identités tout à la fois branchées et territorialisées, cosmopolites et enracinées, est relative. Les entretiens réalisés avec les autres acteurs locaux montrent qu'ils se reconnaissent dans des identités collectives moins cosmopolites et ancrées différemment : ils se réfèrent davantage au lignage et au village, à une échelle micro-locale. Leurs identités sont elles aussi emboîtées, les référents sociaux tribaux fonctionnant à différentes échelles dont certaines, comme la fraction, constituent encore des échelles de pratiques et d'identification. Mais ces identités fonctionnent à des échelles moins vastes que celles des acteurs touristiques, qui peuvent se reconnaître dans *Tamazgha*, aire culturelle pan-*amazighe* à l'échelle nord-africaine, pour les militants, ou dans une aire culturelle méditerranéenne. A la rigueur, le référentiel identitaire le plus large des acteurs locaux est celui de l'*Oumma* islamique.

L'émergence d'identités collectives renouvelées par le tourisme patrimonial

Le tourisme patrimonial semble bien être à l'origine de l'émergence de sous-cultures touristiques, mais celles-ci ne sont qu'en partie distinctes des cultures locales. En effet, le tourisme patrimonial travaille les façons qu'ont les sociétés d'accueil de se sentir faire groupe et amène celles-ci à s'approprier certaines facettes des identités collectives telles qu'elles sont présentées par les acteurs touristiques.

Un sentiment de fierté à la source d'une (ré)affirmation identitaire

Les projets de valorisation du patrimoine *via* le tourisme entraînent un sentiment de fierté des acteurs locaux vis-à-vis de ce patrimoine et une réaffirmation du collectif symbolisé par celui-ci. De nombreux porteurs de projets interrogés relaient l'émotion et la fierté des acteurs locaux lorsqu'ils voient que leur grenier apparait dans un prospectus de promotion touristique. A Timidarte, Hussein Achabak se rappelle (C17E4) :

> « Quand les gens du village ont vu les dépliants et le site Internet, ils étaient fiers! Avant, ils pensaient que ça ne valait rien, le *ksar* et la *kasbah*. Pour eux, y habiter c'était une marque d'arriération… et là ça redevenait valorisant. Maintenant, c'est sûr, les gens ont beaucoup plus conscience de la valeur de ce qu'ils ont. D'ailleurs, ils disent « notre » *kasbah*. Ça veut dire qu'elle a du sens pour eux. Le projet touristique leur a redonné une vision positive d'eux-mêmes en même temps que de la *kasbah* ».

L'évolution du sens accordé au patrimoine et du rapport au temps

Dans ce processus de (ré)appropriation par les acteurs locaux des pratiques et objets valorisés dans les projets touristiques et transformés en patrimoines, émerge un nouveau rapport de ces acteurs au temps. En effet, le tourisme patrimonial aide à faire émerger des mémoires du passé qui prennent un sens nouveau. J'ai pu interroger certains des habitants de la *kasbah* du Glaoui, à Taliouine, qui habitent à côté de la partie transformée en chambre d'hôte, et qui, périodiquement, accueillent des touristes chez eux. Ils racontent qu'ils ont recommencé à parler des souvenirs familiaux douloureux qui restaient de la période coloniale et de la domination du Glaoui, parce que les touristes qu'ils accueillaient leur avaient demandé d'évoquer ces souvenirs. Ils disent avoir fait des recherches auprès des personnes âgées d'abord pour pouvoir répondre aux attentes des touristes, puis pour répondre à leur propre curiosité, piquée par les touristes. Le projet de chambre d'hôte et le fait de voir une partie de la *kasbah* rénovée les a encouragés à s'intéresser encore davantage à son histoire, une histoire qu'ils disent avoir méconnue avant d'avoir des liens avec les touristes. Ici, les acteurs locaux se réapproprient leur passé.

De plus, ils se réapproprient les objets patrimonialisés *via* l'activité touristique en redonnant une fonction à des objets qui n'étaient plus utilisés ou en réactivant des pratiques qui n'avaient plus cours. Ainsi, l'Association des amis des Aït Bouguemez a-t-elle remis au goût du jour des modes de transport anciens, des charrettes en bois tirées par des chevaux, pour permettre le transport des femmes et de leurs enfants vers la coopérative et la garderie. Certaines coopératrices disent la volonté de leurs maris de remettre à neuf des charrettes pour un usage privé, pour éviter d'emprunter des taxis ou des minibus collectifs pour se déplacer dans la vallée, et pour certains travaux des champs. A Tnine l'Ourika, en lien avec les divers projets de revalorisation des plantes aromatiques, on observe un regain d'intérêt pour l'usage médicinal de ces plantes, alors que celui-ci avait tendance à se perdre. Des pratiques communautaires sont également revitalisées par le tourisme patrimonial. Dans certains villages des Aït Bouguemez, les propriétaires de gîtes réfléchissent à l'instauration d'un tour de rôle pour recevoir les visiteurs, dans l'esprit de la *tiwizi*, soit la pratique du tour de rôle instauré au sein d'une communauté villageoise pour avoir accès à l'eau ou pour s'entraider lors de travaux agricoles d'ampleur. En accordant un sens nouveau aux objets et pratiques revalorisés par le tourisme, les acteurs locaux se réapproprient le passé pour se tourner vers l'avenir.

L'appropriation d'identités véhiculées par les projets de tourisme patrimonial

En se réappropriant les objets et pratiques mis en tourisme, les acteurs locaux s'approprient certains des référents identitaires véhiculés par les projets touristiques. Certains, comme le village, déjà importants pour eux, se trouvent renforcés. D'autres référents, véhiculés par le tourisme, sont adoptés. Ils reprennent ainsi à leur compte des dénominations récurrentes dans les discours des acteurs touristiques, se désignant eux-mêmes comme des « montagnards », des « *amazigh* », des « Aït Bouguemez », des gens de telle « vallée » ou du « terroir » de Taliouine, alors que de telles dénominations n'étaient adoptées que de façon marginale avant le processus de mise en tourisme et de patrimonialisation.

Le rôle du tourisme dans l'appropriation locale de certains référents identitaires doit cependant être relativisé. Chez les acteurs locaux membres d'associations *amazighes* militantes, l'identification à l'*amazighité* préexiste aux projets touristiques. Le tourisme joue seulement le rôle d'amplificateur. Sabir, membre de l'association Yagour de développement, et guide pour cette association, explique ainsi (C7E16) :

> « J'ai milité depuis que je suis tout jeune. Donc j'étais déjà convaincu avant d'être guide. Mais c'est vrai que le fait d'être obligé d'expliquer ce que c'est l'identité *amazighe*, ce que ça représente pour moi, ça m'a renforcé dans mes convictions».

A Taliouine, l'identification de certains acteurs locaux, notamment des producteurs de safran, à l'aire de production de cette plante, à un terroir, a été stimulée par Migrations et Développement, lorsque l'ONG s'est efforcée de faire de la culture du safran une activité génératrice de revenus. Le tourisme n'a fait que compléter cette dynamique. Cette prise de conscience identitaire locale, cette revitalisation des identités collectives *via* le tourisme doit être comprise comme un processus récent, lent et encore ponctuel.

L'affirmation d'identités particulières à travers le tourisme patrimonial

D'autres identités particulières sont affirmées à la faveur du tourisme patrimonial. Peuvent-elles être qualifiées de « sous-cultures touristiques », et sont-elles appropriées localement ?

L'affirmation de sous-cultures touristiques genrées

A travers les actions qu'elles entreprennent dans le cadre d'associations et de coopératives, les femmes utilisent le tourisme comme moyen d'affirmer une

identité de genre. L'émergence d'une sous-culture touristique féminine doit cependant être discutée : est-elle réellement assumée par celles qui ne sont pas les porteuses des projets ?

Différentes évolutions donnent à penser qu'émerge effectivement une sous-culture des actrices du tourisme. On observe d'abord un renforcement des solidarités féminines. Les femmes membres d'associations ou de coopératives s'entraident pour parvenir à effectuer les tâches ménagères et agricoles tout en gardant du temps pour les cours d'alphabétisation, et elles s'entraident dans l'apprentissage de la lecture et de l'écriture. Elles se soutiennent lorsque l'une doit convaincre son mari de la laisser participer aux cours ou travailler à la coopérative. Ensuite, la valorisation de savoir-faire qu'elles ont en commun leur donne une image positive d'elles-mêmes et le sentiment de constituer un groupe d'actrices jouant un rôle nouveau dans la société, à travers la vente des produits qu'elles réalisent et à travers les efforts qu'elles font pour améliorer leurs savoir-faire et pour innover : à la coopérative Tikniouine, elles ont accepté de fabriquer du fromage à raclette, alors que, traditionnellement, on ne valorise pas le lait. Elles fabriquent également une marmelade noix-miel ou des confitures de pommes, produits qui n'étaient pas vendus jusque-là dans la vallée. Elles sont fières de proposer de nouveaux types de produits et d'introduire des innovations. Le groupe est de plus renforcé par la fréquentation d'un même lieu par les femmes, qu'il s'agisse du siège de l'association ou de la coopérative, un nouvel espace de liberté, entre l'espace domestique, sphère habituelle des femmes, et l'espace public, sphère masculine, et un nouvel espace d'agrégation, dans lequel elles prennent plaisir à se retrouver et à échapper au quotidien des tâches domestiques. Cette entraide, la conscience de partager des savoir-faire spécifiquement féminins et la fréquentation d'un lieu de sociabilité qui leur est réservé contribuent à la prise de conscience par les coopérantes qu'elles font groupe, que ce groupe existe par différence avec celui des hommes, tout en en dépendant, et à l'affirmation d'une volonté commune de peser face aux hommes, pour améliorer leur quotidien et celui de toute la famille. Une coopératrice de l'association des Amis des Aït Bouguemez affirme ainsi (C6E17) :

> « Quand il n'y a que des hommes qui dirigent, ils ne pensent pas aux enfants et aux femmes. Il faut qu'on s'affirme, qu'on propose des choses, surtout pour encourager la scolarisation de nos filles, et qu'elles aient un meilleur avenir. Si on ne se bat pas pour elles, les hommes ne le feront pas parce qu'ils pensent que ce n'est pas la priorité ».

Nejma Jellou, présidente de la coopérative, ne tient pas un autre discours. Et les coopératrices saluent le rôle moteur que celle-ci joue dans la réalisation des projets. Tous ces éléments donnent à penser qu'il y a bien émergence d'une sous-culture des actrices du tourisme, rassemblant les porteuses des projets et les coopératrices.

Malgré tout, il y a des différences entre les identités de genre telles que vécues et revendiquées par les porteuses de projets, et les identités féminines traditionnelles telles que vécues et souvent voulues par les coopérantes. L'identité féminine défendue par Nejma Jellou est une identité résolument féministe, inspirée par son militantisme dans des associations nationales et internationales militant pour le respect des droits des femmes et, notamment, dans des forums tels que le Forum des femmes élues d'Afrique, qui militent pour l'instauration de quotas de femmes dans chaque instance politique. Cette identité n'est pas appropriée par les membres des coopératives qui préfèrent souvent l'identité féminine traditionnelle. Certaines disent ne pas vouloir laisser leurs enfants à la garderie, car elles estiment que c'est leur rôle de les garder, et préfèrent ne pas travailler à la coopérative pour pouvoir assumer ce rôle. D'autres veulent travailler pour la coopérative, mais seulement si elles peuvent rester à la maison pour assumer, en même temps, les tâches domestiques. On observe donc une discordance entre les discours tenus par Nejma Jellou et ceux tenus par les coopératrices sur les identités féminines, les uns étant inspirés d'une démarche féministe internationale, les autres s'attachant à défendre leur statut traditionnel.

Il y a également une différence entre les identités féminines que les porteuses des projets revendiquent « locale » et les identités féminines micro-locales telles que vécues par les femmes coopératrices sans qu'elles fassent l'objet d'une revendication particulière. Ni les unes ni les autres ne revendiquent la dimension *amazighe* de leur identité de genre. Elles préfèrent mettre en avant des identités féminines localisées. Les porteuses des projets entendent ainsi rejeter la vision traditionnelle que le tourisme donne à leur sens de la « femme berbère », présentée comme la gardienne des traditions et des savoir-faire ancestraux comme c’est le cas dans les coopératives d’huile d’argan, dans l’Ourika. Elles jugent cette vision caricaturale et dangereuse, car susceptible de maintenir les femmes dans un statut traditionnel qu’elles estiment leur être défavorable. Quant aux coopératrices, elles présentent aux touristes des identités féminines micro-locales. Comme, souvent, elles ne parlent pas de langue étrangère, elles communiquent avec les touristes par l’intermédiaire du guide et, surtout, par leurs gestes (lorsqu'elles font sécher et mélangent les plantes aromatiques, lorsqu'elles

préparent l'huile de noix, lorsqu'elles font écraser les noix par les touristes) et par les gestes qu'elles font répéter aux touristes (par exemple, écraser les noix). Ainsi, à travers leur gestuelle et l'interaction qu'elles ont avec les touristes, elles présentent des savoir-faire spécifiques à une vallée voire à un village. Elles performent leur identité de femme de la vallée des Aït Bouguemez ou de tel village. Mais elles n'adoptent pas, comme les porteuses des projets, une attitude consistant à revendiquer le caractère local des identités qu'elles mettent en avant. Elles présentent simplement les identités telles qu'elles les vivent.

S'il y a bien affirmation d'une sous-culture touristique orientée par le genre, il y a bien également des différences entre les identités féminines telles qu'elles sont présentées et pensées par les porteuses des projets et par les coopérantes.

La timide revendication d'une identité berbéro-juive

Au cours d'entretiens réalisés avec certains porteurs de projets, comme Khalid, à l'Ecomusée berbère de l'Ourika, ou Mahjoub Bajja et Annie Lauvaux (Maroc Inédit), il m'est apparu que quelques acteurs touristiques cherchent à valoriser une identité berbéro-juive et à faire (re)émerger une mémoire berbère à la fois musulmane et juive, la mémoire d'une existence vécue collectivement jusqu'au départ des Juifs. Ainsi, Maroc Inédit propose à ses visiteurs de visiter des villages où l'on peut observer les restes d'un patrimoine juif, parfois rénové par des Juifs. En parallèle, l'association est en train, avec des chercheurs marocains, de collecter cette mémoire de la présence juive et d'une histoire commune.

Pour autant, dans les lieux où j'ai réalisés mes enquêtes, il n'y a pas lieu de parler de sous-culture touristique berbéro-juive parce que les acteurs touristiques qui s'intéressent au patrimoine berbéro-juif sont encore peu nombreux et parce qu'ils n'ont pas de liens réels avec les Juifs qui, pendant leurs vacances, reviennent au village pour protéger leur patrimoine. Ailleurs, notamment dans le Sud-Est marocain, dans la région de Goulmima et de Tinghir, j'ai eu connaissance de l'existence d'associations militantes *amazighes* qui s'intéressent au patrimoine berbéro-juif et sont en lien avec des Juifs de la diaspora pour le rénover et le valoriser. Mais ces cas semblent minoritaires. L'affirmation d'une identité berbéro-juive, même en dehors de l'activité touristique, semble enfin entravée par les enjeux politiques de la question juive au Maroc. Dans les villages de l'Ourika et de la région de Taliouine où il y a du patrimoine juif, les habitants avec lesquels j'ai discutés parlent souvent non des « Juifs » mais des « Israéliens », preuve de l'omniprésence de la question politique dès que l'on parle des Juifs au Maroc. Dans la région de Goulmima-Tinghir, il semble que les enjeux politiques soient au cœur

des projets menés par les associations *amazighes* autour du patrimoine juif, puisqu'elles paraissent vouloir, à travers eux, déconstruire l'idéologie arabo-musulmane et montrer la complexité des identités marocaines. Mais ce n'est qu'une hypothèse, faite à partir de la lecture de sites Internet d'associations *amazighes*, qu'il faudrait vérifier. Il est en tout cas certain que la revendication d'une identité berbéro-juive à travers des projets touristiques constitue un phénomène récent et timide.

2. Une dynamique d'ancrage contrariée

Si les identités collectives telles que perçues et présentées par les acteurs touristiques et telles que vécues par les autres acteurs locaux sont reconfigurées par les projets de tourisme patrimonial, les territorialités collectives[147] sont particulièrement travaillées par ces acteurs, qui s'efforcent de faire valoir des identités ancrées dans des territoires. Leurs efforts semblent contrecarrés par la domination continue de projets qui promeuvent une identité berbère générique héritée de la période coloniale, sans en montrer les nuances locales.

La promotion continue d'identités déterritorialisées

La dynamique de territorialisation des identités initiée par les acteurs du tourisme patrimonial est contrebalancée par une dynamique de déterritorialisation de ces identités, soutenue par les tours opérateurs, les pouvoirs publics et les acteurs locaux lorsqu'ils appuient la mise en œuvre de projets touristiques que les premiers jugent « commerciaux », parce qu'ils consomment le patrimoine des Atlas plus qu'ils ne le protège, et parce qu'ils mettent en avant, pour attirer la clientèle la plus large possible, une identité « berbère » héritée de la période coloniale, en jouant sur le cliché du berbère montagnard, fier et rebelle, vivant dans un autre temps. Ces projets restent dominants, plus visibles que les projets patrimoniaux et militants. En effet, beaucoup de TO, soucieux d'optimiser la rente touristique au court terme, restent indifférents aux questions identitaires, tandis que les projets qui valorisent des identités territorialisées sont peu soutenus par les pouvoirs publics. Ainsi, la prépondérance d'acteurs qui dominent les sociétés d'accueil, par leurs moyens financiers et par les identités qu'ils leur imposent de jouer, contrarie le processus de reterritorialisation des identités à travers le tourisme.

[147] J'entends par ce terme la dimension culturelle de la relation entretenue par un groupe avec un territoire, suivant en cela Joël Bonnemaison (1981), soit, ici, la dimension territoriale des identités mobilisées par les acteurs du tourisme patrimonial.

Des imaginaires touristiques qui évoluent lentement

Par suite du manque de visibilité des projets « alternatifs », par rapport aux projets « commerciaux », les acteurs du tourisme patrimonial peinent à faire évoluer la perception qu'ont les touristes des identités et des territorialités collectives dans les Atlas.

Les touristes, étrangers ou marocains, qui participent à des séjours « alternatifs », sont convaincus, avant même leur séjour, du caractère pluriel et ancré des identités *amazighes*, et veulent apprendre à connaitre ces identités dans leurs nuances. Souvent, ils sont eux-mêmes des militants associatifs. Par exemple, ceux qui voyagent avec l'association DEPARTS, en partenariat avec l'Association des Amis du Zat, sont membres ou proches d'une association de foyers ruraux, ce qui montre leur sensibilité aux cultures rurales. Ils se disent curieux de voir les différences entre le monde rural français et le monde rural marocain. La plupart du temps, ils ont déjà voyagé dans différents coins du monde, parfois déjà avec un voyagiste membre de l'ATES, et au Maghreb. Certains, des Français pieds noirs ou qui ont été coopérants en Algérie, ont habité pendant plusieurs années dans un pays du Maghreb. Ils disent vouloir approfondir leur connaissance de la culture berbère et comprendre les similitudes et les différences entre les Berbères d'Algérie et ceux du Maroc. Avant tout, ils veulent rencontrer des gens, découvrir leur culture et la façon dont elle se pratique au quotidien. Pendant leur séjour, ils discutent entre eux et avec le guide de la pertinence des actions de développement menées grâce au tourisme avec les associations villageoises, et réfléchissent à l'impact de leur venue sur les sociétés locales et leurs cultures. La plupart des touristes que j'ai pu interroger à la fin de leur séjour disent avoir découvert de nombreuses facettes des identités telles qu'elles sont vécues dans les montagnes et disent vouloir revenir pour approfondir cette connaissance. La prise de conscience par ces visiteurs de la complexité des identités *amazighes* récompense les efforts des porteurs de projets pour présenter des identités ancrées dans des territoires et plurielles.

A contrario, les représentations des touristes que j'ai interrogés dans l'Ourika, à l'Oukaïmeden et à Tighdouine, venus à la journée depuis Marrakech, individuellement ou en groupe, semblent, à certains égards, proches des imaginaires touristiques de la montagne berbère qui circulent depuis la colonisation. D'abord, leur première motivation n'est pas la culture. Ils viennent en montagne pour se reposer, profiter du calme, de la fraîcheur et de la nature. Certains, notamment des étrangers, veulent aussi voir la culture « berbère », une

culture « authentique ». Le plus souvent, ils sont déçus. L'un d'eux, venu à Setti Fatma avec un taxi, depuis Marrakech, me dit (C1O1) :

> « Je me sens agressé par les groupes de musiciens qui viennent sous votre nez alors que vous êtes tranquillement installés à une terrasse de café. C'est comme à Paris! En plus, j'ai l'impression que les habits qu'ils portent ne sont pas traditionnels. D'ailleurs, on a l'impression que rien n'est vraiment authentique, ici. Il y a beaucoup de constructions en béton, du plastique partout, des affiches de coca cola partout… Et, à côté de tout ça, on voit que les gens sont tellement pauvres! Je ne m'attendais pas à ça… J'aimerais pouvoir mieux comprendre tout ça, mais, franchement, en une demi-journée, on a le temps de rien voir ».

Beaucoup oscillent entre la déception, car la réalité ne correspond pas à ce qu'ils avaient imaginé et recherché, et la volonté de mieux connaitre et comprendre cette réalité qui leur échappe. D'un côté, les représentations des touristes demeurent marquées par les imaginaires coloniaux, et d'un autre côté, il y a une volonté pour faire évoluer ces représentations. Cela est perceptible chez les touristes étrangers mais aussi chez les touristes marocains : ils semblent être de plus en plus nombreux à venir en montagne non seulement pour se reposer et passer un bon moment en famille ou entre amis, mais aussi pour acheter des produits *beldi* et, parfois, parce qu'ils sont curieux de redécouvrir la vie en montagne, vécue autrefois par leur famille, alors qu'eux ont vécu en ville. L'un des défis que doivent relever les porteurs des projets de tourisme patrimonial, pour promouvoir à plus grande échelle des identités collectives *amazighes* ancrées et plurielles, est de parvenir à ne pas se cantonner à attirer une clientèle déjà acquise à leur cause.

Conclusion

Au terme de ce chapitre, on ne peut que souligner le caractère ambivalent des effets du processus de négociation qui préside à la fabrication en cours d'offres de tourisme patrimonial dans les Atlas marocains. Il ne s'agissait pas dans ce chapitre d'évaluer les effets locaux respectifs du tourisme « alternatif » et des autres formes de tourisme existant dans les montagnes marocaines, et de les comparer – j'ai montré qu'il est difficile de tracer une frontière entre des types de tourisme qui seraient bien différenciés – mais plutôt d'examiner comment les identités véhiculées par divers projets touristiques sont négociées par les acteurs en présence et quels sont les effets de ces négociations. Si ce processus a des retombées positives réduites sur l'environnement, il tire vers le haut les économies locales, même de manière modeste, notamment en travaillant les identités des territoires, et contribue à une répartition un peu plus équitable spatialement des retombées du tourisme. S'il contribue à l'émancipation des femmes, il ne remet pas profondément en cause les rapports de pouvoir qui structurent les sociétés d'accueil, contribuant plutôt à renforcer les élites.

Les effets de ce processus paraissent plus importants au plan socioculturel, mais ceux-ci n'en restent pas moins ambivalents. En parallèle de l'émergence de sous-cultures touristiques, avec l'affirmation de groupes d'acteurs impliqués dans le tourisme, certains étant des militants *amazighs*, d'autres portant des revendications de genre, on assiste à la (ré)appropriation par les autres acteurs locaux de référents identitaires travaillés par le tourisme. Cette émergence d'une conscience de soi comme groupe, ce processus d'affirmation identitaire par le bas, en lien avec le tourisme, doit être compris comme un processus en cours, inachevé, qui, ponctuellement seulement, entraîne des actions communautaires visant à valoriser un patrimoine commun. La capacité des porteurs des projets « alternatifs » à promouvoir des identités collectives *amazighes* plurielles et ancrées, est également limitée par la multiplication de projets touristiques qui jouent sur les identités dans un but commercial plus que culturel, et par leur difficulté à toucher un public plus large que celui de touristes déjà convaincus par l'intérêt du tourisme patrimonial.

Conclusion. Politique du tourisme, Politique des identités

> « De toute façon, dès que tu parles de la montagne au Maroc, ça fait penser au *bled siba*. Tout est politique quand on parle de la montagne ! C'est la même chose pour les identités. Défendre que tu es *Amazigh* et que tu as le droit d'avoir telle culture, c'est politique. Forcément, parce qu'au Maroc c'est encore compliqué que, là-haut, on accepte que tu ne te reconnaisses pas que comme un Marocain arabe et musulman. Ça change, mais lentement. […] Le tourisme, bien sûr, c'est politique aussi. Il y a une vraie bataille sur le genre de tourisme qu'on va développer. On nous impose un tourisme qui aplatit tout ou bien qui fait des caricatures des *Amazighs* et même, de tous les Marocains, comme si le Maroc, c'était que les chameaux, les tajines et les mille et une nuits. Mais on peut aussi imaginer un tourisme qui nous valorise au contraire, et qui fasse connaître la réalité des Marocains et des *Amazighs*, et aussi les réalités politiques. Mais ça, c'est sûr que c'est difficile, car, en tout cas, les autorités ne sont pas vraiment motivées pour encourager cela ! Du coup, il faut se débrouiller, faire avec le milieu associatif, essayer de convaincre les gens, trouver des ONG pour nous soutenir. Montrer aux autorités qu'on fait quelque chose d'intéressant pour la montagne. J'ai l'impression que ça peut marcher quand ça crée des emplois. Parce ce que tout l'enjeu des montagnes c'est ça aussi. Et qu'on peut convaincre comme ça les autorités que c'est intéressant. En même temps, on peut valoriser les savoir-faire, l'architecture, le quotidien des gens, enfin, tout ce qui fait qu'on est *Amazigh* ».

Ces paroles, prononcées par le président de l'Association des Populations des Montagnes du Monde (C6E5), illustrent les types de stratégies mises en œuvre par les acteurs du tourisme dans les Atlas marocains, des stratégies visant à la fois le « développement » socioéconomique des montagnes, l'expression des identités *amazighes* et la défense, politique, des droits des populations *amazighes* à mettre en avant ce qu'elles considèrent comme leurs singularités. Elles permettent au-delà de comprendre les enjeux clés de la mise en tourisme des identités comme étant des enjeux éminemment politiques. Au terme de ce travail, il convient de revenir sur les diverses stratégies mises en œuvre par les acteurs du tourisme patrimonial, sur les différents enjeux de leurs projets, sur la manière dont cette thèse les éclaire, et sur les apports et les limites de celle-ci.

Les identités et le pouvoir au cœur du tourisme patrimonial

Rappel des objectifs de la recherche et des hypothèses principales

Cette thèse avait pour but d'analyser la façon dont les sociétés d'accueil, dans les Atlas marocains, s'emparent du tourisme pour valoriser des pratiques et des objets qu'elles considèrent alors comme du « patrimoine », promouvoir les « identités » que symbolisent pour elles ces pratiques et objets et, ainsi, revitaliser des territoires de montagne marginalisés. Elle se proposait de décrypter les stratégies et les négociations qui sous-tendent ce processus de mise en tourisme des identités, et d'étudier les recompositions socioéconomiques, sociopolitiques et identitaires initiées par celui-ci, dans les Atlas.

Les hypothèses principales étaient les suivantes :

- Les « identités » sont au cœur des projets de tourisme patrimonial, des objectifs de leurs porteurs, des enjeux de ces projets et des effets locaux de ceux-ci, davantage que les objectifs, enjeux et effets d'ordre socioéconomique.

Les « identités » sont recomposées par les acteurs du tourisme patrimonial, « compositeurs d'identités », en ce que :

* ils font des identités des ressources touristiques et, en même temps, du tourisme une ressource identitaire ;

* ils réutilisent des imaginaires touristiques en partie hérités de la période coloniale et se les réapproprient de manière sélective pour réinventer les identités collectives ;

* ils se branchent sur des référents identitaires qui circulent dans le cadre de la mondialisation, tout en ancrant dans des territoires d'échelles variées les identités qu'ils mobilisent ;

* ils travaillent les identités collectives à travers les discours écrits et oraux qu'ils destinent aux touristes et à travers leurs interactions avec les touristes et avec les objets qu'ils valorisent ;

* à travers la valorisation de ces objets, ils rendent visible et renforcent les identités des territoires que symbolisent ces objets.

- Ces « identités » font l'objet d'un processus de négociation avec les acteurs concernés directement ou indirectement. La mise en tourisme des identités met en jeu et fait rejouer les rapports existant entre ces acteurs, qui sont des rapports de domination.

A travers la mise en tourisme des identités sont redessinés les contours des jeux d'acteurs locaux et des identités collectives.

Négociations postcoloniales

L'analyse a effectivement montré que les acteurs du tourisme patrimonial, loin de ne viser que des objectifs économiques et sociaux, visent également et surtout des objectifs de type identitaire : les identités sont au cœur de leurs intentions, de leurs discours et de leurs attentes. Elle a également montré que le processus de mise en tourisme des identités dans les Atlas marocains est un processus négocié à tous les niveaux des sociétés atlasiques. Les porteurs des projets de tourisme patrimonial s'efforcent de valoriser des identités collectives ancrées dans des territoires, pour dépasser les représentations véhiculées par le tourisme sur les Berbères depuis la période coloniale, qu'ils considèrent comme simplificatrices. Les sociétés d'accueil commencent tout juste à s'approprier ces identités mises en tourisme et à s'approprier le tourisme comme moyen de penser et d'affirmer un sentiment d'appartenance. D'ailleurs, les projets constituent une réussite, de l'avis de tous - au plan des emplois que crée le projet, des équipements collectifs qu'il finance, des symboles communautaires qu'il revalorise, et des capacités de groupes de personnes défavorisés qu'il permet de renforcer - lorsque les porteurs des projets, « branchés » sur des réseaux d'acteurs fonctionnant à des échelles variées, travaillent de concert avec les sociétés d'accueil, ou, du moins, avec leurs représentants (associations villageoises ou *jemaa*), et lorsqu'ils prennent en compte leurs aspirations. Malgré tout, les identités mises en tourisme – des identités à la fois cosmopolites et enracinées - constituent des « sous-cultures touristiques » dans le sens où se les approprient avant tout les acteurs touristiques, qui appartiennent aux élites locales. On voit donc les enjeux identitaires de ces projets, localement : leurs responsables recomposent les identités locales en ce qu'ils encouragent les sociétés d'accueil à s'interroger sur ce qui les relie et à redire ce qui les relie, même si ce processus n'est qu'émergeant. On voit également les enjeux sociopolitiques de ces projets : à la fois, ils sont à la source d'un début d'émancipation chez les femmes actrices du tourisme, et de l'affirmation des migrants, souvent présents dans les projets au moins en tant que financeurs, et ils renforcent les élites locales, auxquels appartiennent les responsables des projets

ou avec lesquelles ils travaillent. *A contrario*, les effets socioéconomiques de ces projets sont limités : ils ne créent que quelques emplois et des revenus seulement complémentaires. En revanche, dans les espaces les plus marginalisés, comme la région de Taliouine, ils travaillent les identités des territoires et commencent à les rendre plus lisibles et plus fortes, engageant les acteurs locaux à réfléchir à la valorisation d'objets et de lieux patrimoniaux emblématiques de leur territoire pour mieux le différencier par rapport aux autres.

Les efforts des acteurs du tourisme patrimonial pour territorialiser les identités sont néanmoins contrecarrés par la promotion, faite par les TO et par les autorités, d'imaginaires touristiques de la berbérité largement hérités de la période coloniale, pour mieux vendre leurs produits touristiques et pour mieux contrôler l'utilisation qui est faite de l'*amazighité* dans les marges, celle-ci étant porteuse de remise en question des fondements de l'identité marocaine telle qu'elle a été pensée et imposée par les autorités depuis l'indépendance. Le tourisme patrimonial constitue un révélateur des politiques nationales mises en œuvre dans les montagnes : des politiques visant à contrôler l'expression des identités infranationales, notamment des identités *amazighes* et, plus généralement, à contrôler les sociétés montagnardes, malgré la volonté affichée par les autorités d'encourager la valorisation des singularités des espaces ruraux.

Pour voir si la valorisation du patrimoine à travers le tourisme et si les recompositions identitaires et sociopolitiques qu'elle engendre s'affirment comme des tendances durables, dans les montagnes marocaines, un suivi des projets étudiés s'impose sur le temps long. Les évolutions que j'ai pu analyser depuis 2009 donnent à penser que le processus de mise en tourisme des identités est un phénomène à l'évolution lente, mais d'autant plus profonde.

Les approches postcoloniales et post-nationales pour décrypter les négociations

Pour décrypter les négociations auxquelles donne lieu la mise en tourisme des identités et les enjeux politiques de celles-ci, j'ai montré l'intérêt de mobiliser le champ des études postcoloniales et subalternes. En effet, il m'a permis de mettre au cœur de mon étude les identités collectives telles qu'elles sont revendiquées par certains membres des sociétés d'accueil, de rendre aux acteurs touristiques leur capacité d'action, notamment dans le cadre des constructions identitaires, de montrer qu'ils entretiennent des rapports complexes avec les imaginaires touristiques hérités de la période coloniale, et de prêter attention aux rapports de pouvoir qui président à la mise en tourisme des identités. Ce champ d'étude a alimenté bien des controverses et bien des critiques internes, comme je l'ai

rappelé. Ces débats m'ont permis de mieux prendre en considération la complexité des rapports de pouvoir. J'ai notamment intégré à ma réflexion des critiques qui montrent que la catégorie de « subalterne » n'a de sens que si l'on considère les sociétés dominées non comme un tout homogène mais bien comme une société traversée par des rapports de pouvoir. Cela m'a permis de regarder les acteurs du tourisme patrimonial comme des acteurs situés socialement dans les sociétés d'accueil, appartenant le plus souvent aux élites locales, négociant leurs projets avec les autres acteurs sociaux et politiques locaux, et, ce faisant, renégociant et affirmant leur position sociale dominante. Par ailleurs, j'ai mobilisé des approches qui raisonnent en termes d'« intersectionnalité » pour comprendre les rapports de domination que le tourisme patrimonial met en jeu comme des rapports tout à la fois sociaux, de genre, liés au statut marital et à l'âge – mais peu souvent, finalement, des rapports liés en même temps à la classe, au genre et à l'ethnicité, comme le montrent souvent ces études.

Pour analyser les enjeux du processus de mise en tourisme des identités en termes de territorialités collectives, et analyser comment celles-ci sont négociées, le champ des études post-nationales m'a été particulièrement utile. Il m'a permis de comprendre ce processus comme un processus de « branchement » et d'« ancrage » : les acteurs touristiques se branchent sur des réseaux d'acteurs susceptibles d'appuyer leurs projets et sur des référents identitaires globalisés qui circulent à travers ces réseaux. Ils mettent cette dynamique de branchement au service de leurs efforts pour territorialiser les identités qu'ils mobilisent, ancrer leurs projets dans des territoires. Mais leurs stratégies de branchement/ancrage sont différenciées selon les objectifs qu'ils poursuivent. Ainsi, les militants *amazighs* se branchent sur des réseaux militants transnationaux et mobilisent des référents mondialisés tels que l'autochtonie, dans l'optique de défendre les droits du « peuple *amazigh* ».

La mobilisation des « *performative studies* » a été intéressante en ce qu'elle a permis d'aborder la mise en tourisme des identités, et plus généralement, les constructions identitaires, comme une mise en discours, à travers un langage écrit, oral et corporel. La notion de « performance » a permis de comprendre les identités comme médiatisées par des discours écrits et oraux autant que corporels, de les aborder non seulement du point de vue de ce que les acteurs en disent mais aussi du point de vue de ce qu'ils en font. Cette approche a été particulièrement intéressante dans certains cas. Quand les femmes des coopératives ne parlent pas la langue des touristes, elles expriment leurs identités à travers leur gestuelle-même. Dans ce cas, les identités ne peuvent être appréhendées que par les

pratiques : ce que l'analyse des pratiques, des discours corporels, révèle ne pourrait pas être révélé par l'analyse des discours oraux. Dans la majorité des cas, les identités sont mises en scène davantage par le discours écrit et oral que par un discours corporel. La mise en scène des objets et les interactions avec les touristes est certes primordiale mais les acteurs touristiques expriment les identités surtout par le discours oral. Lorsque, durant des séjours à la ferme, les acteurs passent une journée dans les champs avec des visiteurs, et, ainsi, expriment une identité paysanne vécue localement, en lien avec une terre, un terroir, ils donnent quantité d'informations à leurs hôtes oralement. Dans ces cas, l'analyse des pratiques constituait seulement un complément à l'analyse des discours oraux. Dans tous les cas, la mobilisation des « *performative studies* » a permis d'analyser les identités comme des processus : dire et pratiquer les identités revient à les faire sans cesse évoluer.

Le pouvoir et les identités dans la recherche sur les Atlas marocains

Cette recherche a consisté à décrypter les rapports de pouvoir qui président à la mise en tourisme des identités et les enjeux politiques du processus, tout en essayant d'en comprendre les tenants socioéconomiques et culturels. En montrant que, quand les acteurs touristiques valorisent des « identités », ils mettent en œuvre des stratégies qui peuvent être tout à la fois des stratégies commerciales, socioéconomiques, identitaires, et parfois politiques, je me suis efforcée de prouver la nécessité d'étudier, en même temps, les identités comme ressource touristique, et le tourisme comme ressource identitaire.

Dans le sens où mon travail montre comment des revendications identitaires et politiques, portées par le mouvement *amazigh*, peuvent être liées à des revendications socioéconomiques, et comment des militants, en montagne, commencent à s'intéresser au tourisme pour défendre ces différentes revendications, mon travail constitue un apport au champ des études réalisées sur le mouvement *amazigh* au Maroc et à la connaissance de ce mouvement dans le monde rural. Plus généralement, il constitue un apport au champ des études anthropologiques réalisées jusqu'ici sur les identités dans les marges marocaines, et montre l'intérêt d'une approche géographique, attentive aux évolutions des espaces de montagne en lien avec l'activité touristique à travers laquelle s'expriment des identités, et attentive à la dimension géographique de ces identités. Il constitue enfin un apport pour les recherches réalisées en géographie sur les montagnes marocaines, dans le sens où, jusqu'à présent, l'étude des questions identitaires dans les Atlas était l'apanage des anthropologues et où les

géographes gardaient leurs distances vis-à-vis de ces questions, ou s'y intéressaient pour les déconstruire et montrer ce qu'elles doivent à la période coloniale. De mon côté, je me suis efforcée de décrypter les discours identitaires, les identités telles qu'elles sont revendiquées, sans pour autant les déconsidérer ni les survaloriser.

Le pouvoir de la recherche : donner la parole aux acteurs ?

Retour sur les méthodes employées pour faire entendre la voix des acteurs

Pour étudier les identités telles qu'elles sont revendiquées et utilisées par les acteurs touristiques, je me suis inspirée, au plan méthodologique, du champ des études postcoloniales et du champ des études féministes, qui invitent à donner la parole aux acteurs et, pour cela, à adopter des méthodes de recherche collaborative. Les méthodes d'enquête que j'ai adoptées, dans la lignée de ces approches (entretiens semi-directifs, individuels et collectifs, et entretiens informels, observation directe, et collecte des données *via* des carnets de terrain) m'ont permis d'établir des relations qui m'ont semblées être des relations de confiance avec les acteurs interrogés, et me semblent avoir permis aux acteurs d'exprimer les identités qu'ils revendiquent et les usages qu'ils en font, me donnant de précieux matériaux à analyser. J'ai perçu tout particulièrement les apports des réunions d'acteurs, durant lesquelles j'ai pu observer en direct les rapports de pouvoir entre les acteurs et leur façon de négocier les identités. J'ai vu malgré tout la limite de mes efforts pour donner la parole aux acteurs dans ce que j'ai pu faire à partir des carnets de terrain. Ne pas enregistrer les entretiens, travailler principalement à partir des notes prises, rend plus difficile à atteindre l'objectif de rester fidèle à leur parole et de la restituer exactement.

D'autres façons d'enquêter mériteraient d'être explorées, pour mieux donner la parole aux acteurs et mieux rendre compte de leur parole. J'ai réalisé certains entretiens avec Emilien Perrier, un étudiant en master de géographie à l'université de Genève qui réalisait son mémoire de fin d'études sous forme de film. J'ai ainsi pu observer ce que changeait la caméra dans l'interaction avec les interlocuteurs. Souvent, elle induisait une gêne chez eux, ce qui se comprend dans une société où l'image, où donner une image de soi, pose problème. D'autres médias me sembleraient intéressants à explorer davantage. Avec certains de mes interlocuteurs, que j'avais interrogés de nombreuses fois sans les avoir enregistrés, avec qui j'avais déjà établi des relations de confiance, ou avec des interlocuteurs qui avaient l'habitude que leur propos soient enregistrés, ayant par exemple déjà été interrogé par des journalistes, j'ai pu utiliser l'enregistrement sonore. Cette

technique m'a permis de rendre compte plus fidèlement de la parole des acteurs, dans certains passages de ma thèse, dans les articles scientifiques que j'ai écrits et au sein de la brochure que nous avons réalisée dans le cadre du programme de recherche MIST-AA, à destination d'un public large, notamment à destination des acteurs. Il faudra voir, une fois que nous aurons pu distribuer cette brochure, si l'expérience et le discours des acteurs, véhiculés par ces brochures et analysées dans celles-ci, s'avèrent effectivement utiles aux acteurs. Au-delà de cette utilisation classique des enregistrements sonores, le son seul me semble être une piste à explorer non seulement pour pouvoir collecter plus précisément et plus aisément la parole des acteurs, sans l'obstacle de l'image, particulièrement vif au sein de cette culture, mais aussi pour en rendre compte - aux acteurs eux-mêmes, à la communauté scientifique et à la Cité - d'une autre manière que par l'écrit. Réaliser des documentaires sonores pourrait être une nouvelle manière de rendre compte de la recherche en faisant entendre, au sens propre, la voix des acteurs.

Retour sur les théories et les mots employés pour parler des acteurs

Du point de vue de l'éthique de la recherche, la mobilisation des approches postcoloniales et subalternes pose également certains problèmes. Les « *subaltern studies* », aussi intéressantes soient-elles, invitent à utiliser un terme, celui de « subalterne », que les acteurs interrogés peuvent difficilement se réapproprier, car il peut leur sembler péjoratif, voire condescendant, et ils peuvent trouver qu'il les maintient dans la position marginale à laquelle ils aspirent justement à échapper. J'ai pu constater de tels malentendus en rendant compte de ma recherche à mes interlocuteurs. Il y a le risque, en utilisant le terme de « subalterne » d'aller à l'encontre d'une démarche qui se veut respectueuse des identités revendiquées, des aspirations des acteurs, et qui prenne en compte leur capacité à agir, à revendiquer des identités plus qu'à subir des identités assignées. Il y a aussi le risque que la géographie n'assigne des identités, comme elle a pu le faire à la période coloniale, et ne réalise des « contrôles d'identités », en plaquant la lecture des chercheurs sur la réalité, au lieu de lui accorder de la considération, pour mieux comprendre les raisons qui poussent tel ou tel acteur à revendiquer l'appartenance à tel ou tel groupe. L'emploi du terme de « sous-culture » engendre les mêmes problèmes.

On peut alors réentendre les réflexions de Denys Cuche (2010) : « il ne faut pas attendre des sciences sociales qu'elles donnent une définition juste et irréfutable de telle ou telle identité culturelle. Ce n'est pas à la sociologie ou à l'anthropologie, pas plus qu'à l'histoire ou à une autre discipline, de dire quelle serait la définition

exacte de l'identité bretonne ou de l'identité kabyle, par exemple. Ce n'est pas à la science sociale de se prononcer sur le caractère authentique ou abusif de telle identité particulière (au nom de quel « principe d'authenticité » le ferait-elle ?). Ce n'est pas au scientifique d'opérer des « contrôles d'identité ». Le rôle du scientifique est ailleurs : il lui revient d'expliquer les processus d'identification sans les juger. Il lui revient d'élucider les logiques sociales qui amènent les individus et les groupes à l'identité, à étiqueter, à catégoriser, à classer, et à le faire de telle façon plutôt que de telle autre ». Ces réflexions font écho à celles que j'avais eues avec un militant *amazigh* à qui j'exposais mes premiers résultats de recherche et mon idée de mobiliser les « *subaltern studies* ». Il fut très vexé par mon emploi du mot « subalterne ». Connaissant mon intérêt pour les revendications régionalistes, ici et ailleurs, et me rappelant des propos engagés que j'avais pu tenir en faveur d'une reconnaissance plus importante des identités bretonnes en France, il me demanda si j'aimerais qu'on me dise que les Bretons sont des « subalternes », même si c'était pour conjurer le sort, retourner le stigmate pour changer le cours des choses. Evidemment, ses paroles me parurent tout à fait justes et me rappelèrent la prudence avec laquelle il faut manier les mots, les catégories et les modes d'analyse des chercheurs, parce qu'ils peuvent être porteurs d'un regard qui peut passer pour néocolonial, si le chercheur européen l'applique aux autres, aux sociétés étrangères anciennement colonisées, mais pas à soi, aux sociétés européennes. Cela pose la question de la pertinence et de la transférabilité de nos catégories analytiques dans le champ des acteurs, la question du pouvoir du chercheur et de ses difficultés à donner la parole aux acteurs en étant fidèle à leurs aspirations, et donc à une certaine réalité, avec les mots adéquats.

L'une des pistes les plus intéressantes pour garder une distance réflexive sur les dynamiques identitaires, qui sont des réalités sociales et politiques mouvantes, manipulables, complexes, est de faire de la recherche à plusieurs, de réfléchir aux meilleures façons d'analyser et de parler des dynamiques identitaires au sein d'équipes associant des chercheurs de contextes socioculturels différents, européens et nord-africains, comme nous l'avons expérimenté au sein de l'équipe MIST-AA. Le discours scientifique ne peut faire l'économie d'une réflexion sur les enjeux de pouvoir qui président à la relation d'enquête, et, plus largement, à la recherche. Une telle réflexion s'avère particulièrement stimulante quand il s'agit d'explorer la manière dont les uns et les autres s'emparent du tourisme pour repenser et redire ce qui les rassemble, en exprimant leur attachement à des pratiques, des objets et des lieux.

Bibliographie

ABELES M. et CUILLERAI M., 2002, « Mondialisation : du géo-culturel au bio-politique », *Anthropologie et sociétés*, n°26, pp. 11-28.

ABOULKACEM E.-K., 2006, « Etre Berbère ou Amazigh dans le Maroc moderne, histoire d'une connotation négative », CLAUDOT-HAWAD H. (dir), 2006, *Berbères ou Arabes ? : le tango des spécialistes*, Paris, Non-lieu, 297 p., pp. 115-135.

ADERDAR M., 2009, « Les ONG et le développement territorial au Maroc », BOUJROUF S., ANTHEAUME B., GIRAUT F., LANDEL P.-A. (ed), *Les territoires à l'épreuve des normes : référents et innovations. Contributions croisées sud-africaines, françaises et marocaines*, Marrakech, LERMA, FLSH, 526 p., pp. 283-297.

ADERGHAL M. et SIMENEL R., 2012, « La construction de l'autochtonie au Maroc : des tribus indigènes aux paysans amazighs », *Espaces populations sociétés*, 2012-1, pp. 59-72.

AGERON C.-R., 1972, *Politiques coloniales au Maghreb*, Paris, PUF, 291 p.

AIT HAMZA M., 1999, « Tigammi n'iromin : tourisme et conflits culturels dans le Haut Atlas Central », BERRIANE M. et POPP H., *Le Tourisme au Maghreb : diversification du produit et développement local et régional*, actes du 5e colloque maroco-allemand, Tanger, 1998, Rabat, Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, 347 p., pp. 195-200.

AIT HAMZA M. et POPP H., 2005, *Pour une nouvelle perception des montagnes marocaines : espaces périphériques ? Patrimoine culturel et naturel ? Stock de ressources pour l'avenir ?*, Actes du 7e colloque maroco-allemand, Rabat, Publication de la faculté des lettres et des sciences humaines, Série Colloques et séminaires, 119 p.

AIT HAMZA M. et RAMOU H., 2010, « Le tourisme en milieu rural et le développement local », LUCIA M. G. et RAMOU H. (dir), *Maroc : tourisme et développement local*, Paris, L'Harmattan, 334 p., pp. 177-196.

AIT MOUS F., 2006, « Le réseau amazigh : émergence et diffusion », RACHIK H. (ed), *Usages de l'identité amazighe au Maroc*, Casablanca, Equipe de Recherche sur les Identités Collectives, 250 p., pp. 131-161.

AIT MOUS F., 2011, « Les enjeux de l'amazighité au Maroc », *Confluences Méditerranée*, 78, pp. 121-131.

AKAMA J. S., 2005, « Neocolonialism, dependency and external control of Africa's tourism industry : a case study of wildlife safari tourism in Kenya », HALL C. M. (*et al.*), 2005, *Tourism and postcolonialism: contested discourses, identities, and representations*, London, New York, Routledge, 193 p., pp. 140-152.

ALLCOCK J.-B., BRUNER E.-M. and LANFANT M.-F., 1995, *International Tourism. Identity and Change*, London, Sage Publications, 256 p.

AMAHAN A., 1998, *Mutations sociales dans le Haut Atlas, les Ghoujdama*, Paris, ed de la Maison des sciences de l'homme, Rabat, éd de la porte, 350 p.

AMALOU P., BARIOULET H. et VELLAS F., 2001, *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 303 p.

AMAR A., 2009, *Mohammed VI, le grand malentendu*, Paris, Calmann-Lévy, 234 p.

AMSELLE J.-L., 1990, *Logiques métisses. Anthropologie de l'identité en Afrique et ailleurs*, Paris, Payot, 320 p.

AMSELLE J.-L., 2000, *Branchements, anthropologie de l'universalité des cultures*, Paris, Flammarion, 265 p.

AMSELLE J.-L., 2008, *L'occident décroché : enquête sur les postcolonialismes*, Paris, ed. Stock, 320 p.

AMSELLE J.-L., 2010, « De la déconstruction de l'ethnie au branchement des cultures : un itinéraire intellectuel », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 185, p. 96-113.

AMSELLE J.-L. et M'BOKOLO E. (dir), 1985, *Au cœur de l'ethnie : ethnies, tribalisme et Etat en Afrique*, Paris, Ed. La Découverte, 225 p.

ANDERSON B., 1996 [1983], *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, Paris, La Découverte, 212 p.

ANTHEAUME B. et GIRAUT F., 2002, « Les marges au cœur de l'innovation territoriale ? Regards croisés sur les confins administratifs (Afrique du Sud, France, Maroc, Niger, Togo…) », *Historiens et géographes*, n°379, pp. 133-151.

ANTHEAUME B. et GIRAUT F., 2005, « Au nom du développement, une (re)fabrication des territoires », GIRAUT F. et ANTHEAUME B., *Le territoire est mort, vive les territoires !*, Paris, IRD, 384 p., pp. 9-36.

APPADURAI A., 2001 [1996], *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris, Payot, 322 p.

ARBORIO A.-M. et FOURNIER P., 2003, *L'enquête et ses méthodes : l'observation directe*, Paris, Nathan, 128 p.

ARENDT H., 1997 [1951], *Les origines du totalitarisme. L'impérialisme*, Paris, Seuil, 348 p.

ASSAYAG J., 1998, « La culture comme fait social global ? Anthropologie et (post)modernité », *L'Homme*, n°148, pp. 201-223.

ASSAYAG J., 2007, « Les études postcoloniales sont-elles bonnes à penser? », SMOUTS M.-C., *La situation postcoloniale : les postcolonial studies dans le débat français*, Paris, Presses de Sciences Po, 451 p., pp. 229-260.

AUCLAIR L., CHEYLAN J.-P., EL GUEROUA A., RIAUX J., ROMAGNY B. et VASSAS A., 2007, « D'un pouvoir à l'autre… ou les deux? Gestion des ressources, dynamiques territoriales et innovations institutionnelles dans le Haut-Atlas Central. Cas de la vallée des Aït Bouguemez », Colloque AGDAL IRCAM-IRD, document de travail non publié.

AUCLAIR L., SIMENEL R., ALIFRIQUI M. et MICHON G., 2010, « « Agdal », les voies Imazighen de la patrimonialisation du territoire », *Hespéris-Tamuda*, vol XLV, pp. 129-149.

AUFAUVRE C., BENNAFLA K. et EMPERADOR-BADIMON M., 2011, « Fabrication et sens des marges au Maroc », AUFAUVRE C., BENNAFLA K. et EMPERADOR-BADIMON M. (dir), *Marges, normes et éthique. Marges et marginalité au Maroc*, Paris, L'Harmattan, 308 p., pp. 17-19.

AVANZA M. et LAFERTE G., 2005, « Dépasser la construction des identités? », *Genèses*, n°61, pp. 134-152.

BAERENHOLDT J.O., HALDRUP M., LARSEN J. and URRY J. (dir), 2004, *Performing tourist places*, Aldershot, Ashgate, 167 p.

BANCEL N., BLANCHARD P. et GERVEREAU L., 1993, *Images et colonies*, Paris, Achac, 303 p.

BARTH F. (dir), 1969, *Ethnics groups and Boundaries : the social organization of cultural difference*, Boston, Little Brown and co, 153 p.

BARTHES R., 1985 [1966], *L'aventure sémiologique*, Paris, Seuil, 358 p., pp. 249-260.

BAYART J.-F., 1996, *L'illusion identitaire*, Paris, Fayart, 306 p.

BAYART J.-F., 2010, *Les études postcoloniales un carnaval académique*, Paris, Karthala, 126 p.

BAYLOCQ C. et GRANSCI J., 2012, « « 20 février ». Discours et portraits d'un mouvement de révolte », *L'année du Maghreb*, n° 8, pp. 239-258.

BEAUD S. et WEBER F., 2003, *Le guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 357 p.

BECK U., 2006, *Qu'est-ce que le cosmopolitisme ?*, Paris, Aubier, 378 p.

BELANGER C.-E., SARRASIN B. et STAFFORD J. (dir), 1996, *Développement et tourisme au Maroc*, Montréal, Harmattan, 174 p.

BELHABIB A., 2006, « Mobilisation collective et internationalisation de la question amazighe », RACHIK H. (ed), *Usages de l'identité amazighe au Maroc*, Casablanca, Equipe de Recherche sur les Identités Collectives, 250 p., pp. 165-190.

BELKAMEL M., 1980, *Le développement du tourisme au Maroc*, Casablanca, Les éditions maghrébines, 208 p.

BELLAOUI A., 1996, « Tourisme et développement local dans le Haut-Atlas marocain : questionnement et réponses », *Revue de géographie alpine / Journal of Alpine geography*, tome 84, n°4, pp. 15-23.

BELLAOUI A., 2000, « Le développement des zones de montagne au Maroc, objectifs et stratégies », *Montagnes méditerranéennes*, n°12, pp. 27-30.

BELLAOUI A., 2005, « La vallée du Zat : un pays d'accueil touristique émergeant dans l'arrière-pays montagneux de Marrakech », Téoros, 24-1, mis en ligne le 01 octobre 2011. http://teoros.revues.org/1493

BELLAOUI A., 2011, « Tourisme et pauvreté dans la vallée du Zat, commune de Tighdouine : que faire ? », BOUJROUF S. et TEBAA O., 2011, *Tourisme et pauvreté*, Paris, ed des archives contemporaines, 268 p., pp. 223-235.

BELLIER I., 2006, « Identité globalisée et droits collectifs : les enjeux des peuples autochtones dans la constellation onusienne », *Autrepart*, n°38, pp. 99-118.

BEN NEFISSA S., 2002, « Associations et ONG dans le monde arabe : vers la mise en place d'une problématique », BEN NEFISSA S., *Pouvoirs et associations dans le monde arabe*, Paris, CNRS ed, 179 p., pp. 7-26.

BEN NEFISSA S., 2004, « ONG et gouvernance arabe dans le monde arabe, l'enjeu démocratique », BEN NEFISSA S., ABD EL-FATTAH N., HANAFI S. et MILANI C., *ONG et gouvernance dans le monde arabe*, Paris, Karthala, 421 p., pp. 11-25.

BEN NEFISSA S., 2011, « Mobilisations et révolutions dans les pays de la Méditerranée arabe à l'heure de « l'hybridation » du politique », *Revue Tiers Monde* hors-série, été 2011, pp. 5-24.

BENHALIMA H., 2009, « Le pays du Safran, socle d'un tourisme de valeurs », Migrations et développement, Actes du 2eforum de l'économie sociale et solidaire, festival du Safran de Taliouine, pp. 28-33.

BENJELLOUN M.-O., 2002, *Projet national et identité au Maroc, essai d'anthropologie politique*, Paris, L'Harmattan, 189 p.

BENNIS S., 2011, « The Amazigh question and national Identity in Morocco », *arab-reform.net*, http://arab-reform.net/spip.php?article2245&lang=en, mis en ligne le 20 juillet 2009.

BENSAAD A., 2011, « Maghreb, une mondialisation subalterne », *Méditerranée*, n°116, pp. 3-8.

BERGER P. et LUCKMANN T., 1986 [1966], *La construction sociale de la réalité*, Paris, Meridiens Klincksieck, 288 p.

BERQUE J., 1962, *Le Maghreb entre deux guerres*, Paris, Seuil, 446 p.

BERQUE J., 1974 [1954], « Qu'est-ce qu'une tribu nord-africaine ? », BERQUE J., *Maghreb, histoire et sociétés*, Alger, SNED, pp. 22-34.

BERQUE J., 1978 [1955], *Structures sociales du Haut Atlas*, Paris, PUF, 470 p.

BERRIANE M., 1989, *Tourisme national et migrations de loisirs au Maroc. Etude géographique*, thèse de doctorat, Université François Rabelais, Tours, 800 p.

BERRIANE M., 1999, « La géographie du tourisme au Maroc : essai de synthèse sur l'état de la recherche », BERRIANE M. et POPP H. (dir), 1999, *Le tourisme au Maghreb : diversification du produit et développement local et régional*, Actes du 5e colloque maroco-allemand, Rabat, Publications de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines, série colloques et séminaires n°79, 347 p., pp. 13- 20.

BERRIANE M., 2002, « Le tourisme au Maroc », TROIN J.-F. (dir), *Maroc : régions, pays, territoires*, Paris, Maisonneuve & Larose, et Casablanca, Tarik ed, 502 p., pp. 322-324.

BERRIANE M., 2003, « A propos de la stratégie de développement du tourisme rural: le concept de Pays d'Accueil Touristique », BOUJROUF S., *Le tourisme durable : réalités et perspectives marocaines et internationales*, Marrakech, université Cadi Ayyad, 2003, 435 p., pp. 101-106.

BERRIANE M. (dir), 2009, *Tourisme des nationaux, tourisme des étrangers: quelles articulations en Méditerranée ?*, Rabat, FLSH Rabat, Série Essais et Etudes n° 41, pp.125-168.

BERRIANE M. et NAKHLI S., 2011, « En marge des grands chantiers touristiques mondialisés, l'émergence de territoires touristiques « informels » et leur connexion directe avec le système monde », *Méditerranée*, n° 116, pp. 115-122.

BERRIANE M. et POPP H. (dir), 1999, *Le tourisme au Maghreb : diversification du produit et développement local et régional*, Actes du 5e colloque maroco-allemand, Rabat, Publications de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines, série colloques et séminaires n°79, 347 p.

BERTRAND R., 2007, « Faire parler les subalternes ou le mythe du dévoilement », SMOUTS M.-C. (dir), *La situation postcoloniale : les postcolonial studies dans le débat français*, Paris, Presses de Sciences Po, 451 p., pp. 276-284.

BHABHA H.K., 2007 [1994], *Les lieux de la culture. Une théorie postcoloniale*, Paris, Payot, 414p.

BIERSCHENK T., CHAUVEAU J.-P. et OLIVIER DE SARDAN J.-P., 2000, *Courtiers en développement. Les villages africains en quête de projets*, Paris, Karthala, 318 p.

BIGI C., 2002, *L'identité berbère est-elle transnationale ?*, mémoire de master, IEP Aix en Provence, 140 p.

BILGE S., 2009, « Théorisations féministes de l’intersectionnalité », *Diogène*, n°225, pp. 70-88.

BILLAND A., 1996, « Développement touristique des parcs de montagne au Maroc : principes de zonage et d'aménagement », *Revue de géographie alpine / Journal of Alpine Geography*, n°84-4, pp. 95-108.

BLANCHARD P., 2007, « Le Maroc dans l'affiche française (1906-1956) », *Mélanges de la Casa Velazquez*, n°37, http://mcv.revues.org/3175

BLANCHARD P., BANCEL N. et LEMAIRE S., 2005, *La fracture coloniale. La société française au prisme de l’héritage colonial*, Paris, La Découverte, 310 p.

BLANGY S. et LAURENT A., 2007, « Le tourisme autochtone : un lieu d’expression privilégié pour des formes innovantes de solidarité », *Téoros*, n°26, mis en ligne le 1er février 2011. http://teoros.revues.org/1048

BONDAZ J., 2009, « Imaginaire national et imaginaire touristique. L'artisanat au Musée national du Niger », *Cahiers d'études africaines*, n° 193-194, pp. 365-390.

BONDI L. *et al*, 2002, *Subjectivities, knowledges, and feminist geographies*, Lanham, Rowman and Littlefield, 305 p.

BONNEMAISON J., 1981, « Voyage autour du territoire », *L’Espace Géographique*, n°4, pp. 249-262.

BONNEMAISON J., 2001, « Le territoire, nouveau paradigme de la géographie humaine », *La géographie culturelle : cours de l’université Paris IV – Sorbonne 1994-1997*, Paris, CTHS, 152 p., pp. 127-133.

BORGHI R. et EL AMRAOUI F., 2006, « Le réveil des femmes: les nouveaux rapports de genre dans un village du Nord-Est marocain », *Géographie et cultures*, n°54, pp. 121-136.

BOSA B. et WITTERSHEIM E., 2009, *Luttes autochtones, trajectoires postcoloniales (Amériques, Pacifique)*, Paris, Karthala, 268 p.

BOUDERBALA N., 2007, « Terres collectives et territoires de tribus », AKESBI N. *et al*, *Hommage à Paul Pascon. Devenir de la société rurale, développement économique et mobilisation sociale*, Rabat, Institut agronomique et vétérinaire Hassan 2, 293 p., pp. 327-341.

BOUJROUF S., 1996, « La montagne dans la politique d'aménagement du territoire au Maroc », *Revue de géographie alpine/Journal of Alpine Research*, Tome 84, n°4, pp. 37-50.

BOUJROUF S., 2001, « Les représentations politiques de la montagne au Maroc », *Revue de géographie alpine/Journal of Alpine Research*, Tome 89, n°2, pp. 141-145.

BOUJROUF S., 2003 (1), *Le tourisme durable : réalités et perspectives marocaines et internationales*, Marrakech, Université Cadi Ayyad, 435 p.

BOUJROUF S., 2003 (2), « Tourisme de montagne au Maroc : enjeux de la durabilité », BOUJROUF S., *Le tourisme durable : réalités et perspectives marocaines et internationales*, Marrakech, université Cadi Ayyad, 2003, 435 p., pp. 273-284.

BOUJROUF S., 2004, « « Patrimonialisation » de la montagne au Maroc : le rôle du tourisme en question », SAIGHBOUSTA R. (dir), *Communication interculturelle, patrimoine et tourisme*, Marrakech, Ecole doctorale internationale du tourisme, 251 p., pp. 57-70.

BOUJROUF S., 2005 (1), « Innovation et recomposition territoriale au Maroc, une mise en perspective géo–historique », ANTHEAUME B. et GIRAUT F., *Le territoire est mort, vive les territoires ! : une (re)fabrication au nom du développement*, Paris, IRD ed, 384 p., pp. 133-156.

BOUJROUF S., 2005 (2), « Tourisme et aménagement du territoire au Maroc : quels agencements? », *Téoros*, 24-1, mis en ligne le 01 octobre 2011. http://teoros.revues.org/1490

BOUJROUF S., 2011, « Tourisme et vulnérabilité sociale dans les communes de montagne au Maroc », BOUJROUF S. et TEBAA O., *Tourisme et pauvreté*, Paris, ed des archives contemporaines, 268 p., pp. 125-136.

BOUJROUF S., BRUSTON M., DUHAMEL P., KNAFOU R. et SACAREAU I., 1998, « Les conditions de la mise en tourisme de la haute montagne et ses effets sur le territoire. L'apport d'une comparaison entre le Haut Atlas et le Népal, mise en perspective à l'aide du précédent alpin », *Revue de géographie alpine / Journal of Alpine Geography*, n°1, pp. 67-82.

BOUJROUF S. et GIRAUT F., 2000, « Des territoires qui s'ignorent ? Dichotomie entre territoires administratifs et espaces de mobilisation au Maroc », *Montagnes méditerranéennes*, n°12, pp. 61-69.

BOUJROUF S. et HASSANI E., 2006, « Tourisme de montagne et politique touristique au Maroc », SAIGH BOUSTA R. (dir), *Le tourisme de montagne, réalités et perspectives*, Marrakech, EDIT, 211 p., pp. 17-32.

BOUJROUF S. et TEBAA O., 2011, *Tourisme et pauvreté*, Paris, ed des archives contemporaines, 268 p.

BOULAY S., 2006, « Le tourisme de désert en Adrar mauritanien : réseaux « translocaux », économie solidaire et changements sociaux », *Autrepart*, n° 40, pp. 63-79. www.cairn.info/revue-autrepart-2006-4-page-63.htm

BOUMAZA N., 1996, « Crise, action et mutations : le Haut-Atlas marocain et les effets d'une programmation du tourisme », *Revue de géographie alpine / Journal of Alpine geography*, tome 84, n°4, pp. 25-36.

BOUMEGGOUTI D., 1995, *Le tourisme international au Maroc : espaces et produits touristiques*, thèse de doctorat, université Paris 1 Sorbonne, 890 p.

BOUMEGGOUTI D., 2009, « Transport et tourisme dans le Maroc colonial : organisation, enjeux et héritages », ZYTNICKI C. et KAZDAGHI H. (dir), 2009, *Le tourisme dans l'Empire français. Politiques, pratiques et imaginaires (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Publications de la Société française d'histoire d'Outre-Mer, 444 p., pp. 369-386.

BOURBOUZE A., 1997, « Des agdal et des mouflons : protection des ressources et (ou) développement rural dans le parc naturel du Haut Atlas Oriental (Maroc) », *Courrier de l'environnement*, n°30, avril 1997, 14 p.

BOURDEAU P., 1991, *Territoire, culture et identité : recherches sur la territorialité d'un groupe professionnel : les guides de haute montagne en France*, Revue de Géographie Alpine, collection « ascendances », Grenoble, 288 p.

BOURDIEU P., 1979, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les éditions de minuit, 672 p.

BOURDIEU P., 1980 (1), « Le capital social », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 31, pp. 2-3.

BOURDIEU P., 1980 (2), « L'identité et la représentation. Éléments pour une réflexion critique sur l'idée de région », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 35, pp. 63-72.

BOURDIEU P., 2003, « L’objectivation participante », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 150, pp. 43-58.

BOURQUIA R. et JAMOUS R. (dir), 2008, *Altérité et reconstruction de la société locale. Cultures en miroir*, Montreuil, Aux lieux d’être, 225 p.

BOURRON Y., 2011, *Jamal, un migrant acteur de développement. La revanche du territoire*, Paris, Publisud, 268 p.

BOUTBOUQALT T., 2009, « Mobilités coloniales et propagande touristique au Maroc : fondements de base et processus d’élaboration », ZYTNICKI C. et KAZDAGHI H. (dir), *Le tourisme dans l’Empire français. Politiques, pratiques et imaginaires (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Publications de la Société française d’histoire d’Outre-Mer, 444 p., pp. 97-109.

BOZONNET J.-P., 1992, *Des monts et des mythes : l'imaginaire social de la montagne*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 294 p.

BRACHET J., 2012, « Géographie du mouvement, géographie en mouvement. La mobilité comme dimension du terrain dans l’étude des migrations », *Annales de géographie*, n°687-688, pp. 543-688.

BRETON J.-M. (dir), 2009, *Patrimoine culturel et tourisme alternatif*, Paris-Point à Pitre, Karthala-Crejeta, 416 p.

BRETON J.-M. (dir), 2010, *Patrimoine, tourisme, environnement et développement durable*, Paris-Point à Pitre, Karthala-Crejeta, 444 p.

BRETON J.-M. (dir), 2010, *Tourisme durable et patrimoines. Une dialectique développementale ?*, Paris-Point à Pitre, Karthala-Crejeta, 485 p.

BRETON R., 2008, *Atlas des minorités dans le monde: panorama des identités ethniques et culturelles*, Paris, Autrement, 79 p.

BROMBERGER C., CENTLIVRES P. et COLLOMB G., 1989, « Entre le local et le global : les figures de l’identité », SEGALEN M. (dir), *L’autre et le semblable*, Paris, Presses du CNRS, 239 p., pp. 137-145.

BRUBACKER R., 2001, « Au-delà de l’« identité » », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°139, pp. 66-85.

BUTLER J., 1988, « Performative Acts and Gender Constitution : an Essay in Phenomenology and Feminist Theory », *Theatre Journal*, vol. 40, n° 4, pp. 519-531.

BUTLER J., 2005 [1990], *Trouble dans le genre. Le féminisme et la subversion de l'identité*, Paris, La Découverte, 283 p.

BYRD J.-A. and ROTHBERG M., 2011, « Between subalternity and indigeneity », *Interventions : International Journal of Postcolonial Studies*, vol. 13, n° 1, pp. 1-12.

CALBERAC Y., 2010, *Terrains de géographes, géographes de terrain. Communauté et imaginaire disciplinaires au miroir des pratiques de terrain des géographes français du XXe siècle*, thèse de doctorat en géographie, Université Lumière Lyon 2, 2 volumes, 392 p. et 400 p.

CALBERAC Y., 2011, « Le terrain des géographes est-il un terrain géographique ? Les terrains de l'épistémologue », *Les carnets de géographes*, n°2.

CAMPS G., 1980, *Berbères, aux marges de l'histoire*, Toulouse, Hespérides, 349 p.

CAMPS G., 1995, *Les Berbères, mémoire et identité*, Paris, ed Errance, 260 p.

CAMUS A., 1999 [1938], *Noces*, Paris, Gallimard, 183 p.

CAROLI E., 2009, « « La tarentule est vivante, elle n'est pas morte ». Musique, tradition, anthropologie et tourisme dans le Salento (Pouilles, Italie) », *Cahiers d'études africaines*, n°193-194, pp. 257-284.

CASTELLS M., 1999 [1996], *L'ère de l'information. Vol. 2, Le pouvoir de l'identité*, Paris, Fayard, 538 p.

CAUVIN VERNER C., 2007, *Au désert. Une anthropologie du tourisme dans le Sud marocain*, Paris, L'Harmattan, 317 p.

CAUVIN VERNER C., 2008, « Les hommes bleus du Sahara ou l'autochtonie généralisée », *Civilisations*, n°57, pp. 57-73.

CAYLA N. et DUVAL M., 2013, « Le géotourisme : patrimoines, pratiques, acteurs et perspectives marocaines », Collection Edytem, n°4, pp. 101-116.

CAZES G., 1989, *Les nouvelles colonies de vacances ? Le tourisme international à la conquête du Tiers-Monde*, Paris, L'Harmattan, 336 p.

CAZES G., 1992, *Les nouvelles colonies de vacances ? Tourisme et Tiers-Monde, un bilan controversé*, Paris, L'Harmattan, 208 p.

CELERIER J., 1938, « La montagne au Maroc », *Hespéris*, t. XXV, 2e et 3e trimestre 1938, pp. 109-180.

CHABLOZ N., 2006, « Vers une éthique du tourisme ? Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs », *Autrepart*, n°40, pp. 45-62.

CHABLOZ N., 2007, « Le malentendu. Les rencontres paradoxales du tourisme solidaire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 170, pp. 32-47.

CHABLOZ N. et RAOUT J., 2009, « Corps et âmes. Conversions touristiques à l'africanité », *Cahiers d'études africaines*, n°193-194, pp. 7-26.

CHAKER S., 1989, *Berbères aujourd'hui*, Paris, L'Harmattan, 144 p.

CHAKER S., 2006, « Berbères / langue berbère, les mythes plus forts que la réalité », CLAUDOT-HAWAD H. (dir), *Berbères ou Arabes ? : le tango des spécialistes*, Paris, Non-lieu, 297 p.

CHAKER S., 2008, « Les Berbères : du mythe à la réalité politique », CHAKER S. (dir), *Berbères, de rives en rêves*, Daoulas, ed Abbaye de Daoulas, 192 p., pp. 169-175.

CHAMBOREDON J.-C., 1985, « Nouvelles formes de l'opposition ville-campagne », DUBY G. *et al*, *Histoire de la France urbaine*, tome 5 : *La ville aujourd'hui : croissance urbaine et crise du citadin*, Paris, Seuil, 668 p., pp. 557-573.

CHAPUIS A., 2010, « Performances touristiques. D'une métaphore à un cadre de pensée géographique renouvelé », *Mondes du tourisme*, n°2, pp. 44-56.

CHATTOU Z. (coord), 2005, *Tourisme durable et développement rural*, Rabat, à compte d'auteur, 166 p.

CHIVALLON C., 1995 (1), « Les espaces de la diaspora antillaise au Royaume-Uni. Limites des concepts socio-anthropologiques », *Annales de la recherche urbaine*, n°68-69, pp. 199-210.

CHIVALLON C., 1995 (2), « Repenser le territoire à propos de l'expérience antillaise », texte de l'intervention au colloque « Le territoire, lien ou frontière », Paris, 2-4 octobre 1995.

http://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/divers08-09/010014865-52.pdf

CHIVALLON C., 1997, « Du territoire au réseau : comment penser l'identité antillaise ? », *Cahiers d'Études Africaines*, n°37, pp. 767-794.

CHIVALLON C., 1999, « Fin des territoires ou nécessité d'une conceptualisation autre ? », *Géographie et cultures*, n°31, pp. 127-138.

CHIVALLON C., 2001, « Les géographies féministes. Un plaidoyer convaincant pour la constitution de connaissances « situées » », STASZAK J.-F. (dir), *Géographies anglo-saxones: tendances contemporaines*, Paris, Belin, 313 p., pp. 57-63.

CHIVALLON C., 2004, « Espace, mémoire et identité à la Martinique. La belle histoire de « Providence » », *Annales de Géographie*, Vol. 113, n°638-639, pp. 400-424.

CHIVALLON C., 2007, « La quête pathétique des études postcoloniales », SMOUTS M.-C. (ed), *La situation postcoloniale*, Paris, Presses de la Fondation de Sciences Politiques, 451 p., pp. 387-401.

CHOAY F., 2007, *L'allégorie du patrimoine*, Paris, Seuil, 271 p.

CHRAIBI BENNOUNA S., 1999, « L'action associative : vecteur d'émergence d'un développement socio-économique durable », SEDJARI A., *Aménagement du territoire et développement durable, quelles intermédiations?*, Paris, L'Harmattan-GRET, pp. 215-225.

CLASTRES G., 1998, *Tourisme ethnique en ombres chinoises. La province du Guizhou*, Paris, L'Harmattan, 224 p.

CLAUDOT-HAWAD H. (dir), 2006, *Berbères ou Arabes ? : le tango des spécialistes*, Paris, Non-lieu, 297 p.

COLEMAN S. and CRANG M. (dir), 2002, *Tourism, between Place and Performance*, New York, Berghahn Books, 246 p.

COLLIGNON B., 2001, « La géographie et les minorités: déconstruire et dénoncer les discours dominants », STASZAK J.-F. (dir), *Géographies anglo-saxonnes : tendances contemporaines*, Paris, Belin, 313 p., pp. 27-28.

COLLIGNON B., 2007, « Note sur les fondements des postcolonial studies », *EchoGéo*, 2007/1, mis en ligne le 06 mars 2008. http://echogeo.revues.org/2089

COLLIGNON B., 2010, « L'éthique et le terrain », *L'information géographique*, 2010/1, pp. 63-83.

COLLIGNON B., 2012, Habilitation à diriger des recherches, Université Paris-Diderot.

COLLIGNON B. et RETAILLE D., 2010, « Terrain. Introduction », *L'information géographique*, vol 74, pp. 6-8.

CORNWELL G.H. and ATIA M., 2012, « Imaginative geographies of Amazigh activism in Morocco », *Social and cultural geography*, n°13, pp. 255–274.

COUSIN S., 2006, « De l'UNESCO aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel », *Autrepart*, n°40, pp. 15-30.

COUSIN S., 2008, « L'UNESCO et la doctrine du tourisme culturel. Généalogie d'un « bon » tourisme », *Civilisations*, n°57, pp. 41-56.

COUSIN S., 2012, *Les miroirs du tourisme. Ethnographie de la Touraine du Sud*, Paris, Descartes et Cie, 263 p.

CRAVATTE C., 2006, « La construction de la légitimité du tourisme solidaire à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec la « population locale », *Autrepart*, n°40, pp. 31-44.

CUCHE D., 1996, *La notion de culture dans les sciences sociales*, Paris, La Découverte, 123 p.

CUNIN E., 2006, « La globalisation de l'ethnicité ? », *Autrepart*, n°38, pp. 3-13.

DAOUD Z., 1997, *Marocains des deux rives*, Paris, L'atelier, 171 p.

DE KADT E. (ed), 1979, *Tourism: Passport to development?*, Oxford, Oxford University Press, 360 p.

DEBARBIEUX B., 1988, *Territoires de haute montagne : recherches sur le processus de territorialisation et d'appropriation sociale de l'espace de haute montagne dans les Alpes du Nord*, thèse de doctorat en géographie, Université de Grenoble, 495 p.

DEBARBIEUX B., 1995, *Tourisme et montagne*, Paris, Economica, 107 p.

DEBARBIEUX B., 2000, « La montagne comme catégorie problématique de l'interprétation géographique et de la méthode comparative », *Montagnes Méditerranéennes*, n°12, pp. 31-36.

DEBARBIEUX B., 2006, « Prendre position : réflexions sur les ressources et les limites de la notion d'identité en géographie », *L'Espace géographique*, 4/2006, Tome 35, pp. 340-354.

DEBARBIEUX B., 2008, « Construits identitaires et imaginaires de la territorialité : variations autour de la figure du « montagnard » », *Annales de géographie*, n° 660-661, pp. 90-115.

DEBARBIEUX B., 2010, « Imaginaires nationaux et post-nationaux du lieu », *Communications*, n°87, pp. 27-41.

DEBARBIEUX B., 2012, « Tourisme, imaginaires et identités : inverser le point de vue », *Via@*, Les imaginaires touristiques, n°1, mis en ligne le 16 mars 2012. http://www.viatourismreview.net/Article1.php

DEBARBIEUX B., DEL BIAGGIO C. et PETITE M., 2008, « Spatialités et territorialités du tourisme. Dialectique du flux et de l'ancrage dans les Alpes », *Civilisations*, n°57, pp. 75-89.

DEBARBIEUX B. et RUDAZ G., 2010, *Les faiseurs de montagne*, Paris, CNRS éditions, 373 p.

DEBOULET A. et NICOLAIDIS D., 2011, « Les hirondelles font-elles le printemps ? », *Mouvements,* été 2011, n°66, pp. 7-10.

DENOEUX G., 2002, « Le mouvement associatif marocain face à l'Etat : autonomie, partenariat ou instrumentalisation ? », BEN NEFISSA S., *Pouvoirs et associations dans le monde arabe*, Paris, CNRS ed, 179 p., pp. 27-55.

DERIOZ P. et BACHIMON P., 2009, « Le tourisme montagnard au crible de la durabilité », *Revue de géographie alpine/Journal of Alpine Research*, n°97, mis en ligne le 25 mars 2010. http://rga.revues.org/963

DI MEO G., 1994, « Patrimoine et territoire, une parenté conceptuelle », *Espaces et sociétés*, n°78, pp. 16-34.

DI MEO G., 1998, *Géographie sociale et territoires*, Paris, Nathan université, 320 p.

DI MEO G., 2002, « L'identité : une médiation essentielle du rapport espace / société », *Géocarrefour*, Vol. 77, n°2, pp. 175-184.

DI MEO G., 2004, « Composantes spatiales, formes et processus géographiques des identités », *Annales de géographie*, n°638-639, pp. 339-362.

DI MEO, 2007, « Identités et territoires : des rapports accentués en milieu urbain ? », *Métropoles*, 2007/1, mis en ligne le 15 mai 2007. www://metropoles.revues.org/80

DODDS R., 2012, « Présentation : Innovations en tourisme durable », *Téoros*, Hors-série n°1, mis en ligne le 01 septembre 2012. http://teoros.revues.org/1964

DOLLFUS O., 1997, *La mondialisation*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 166 p.

DOQUET A., 1999, *Les masques Dogon. Ethnologie savante et ethnologie autochtone*, Paris, Karthala, 314 p.

DOQUET A., 2002 (1), « Dans les coulisses de l'authenticité africaine », *Les Temps Modernes*, n°620-621, pp. 115-127.

DOQUET A., 2002 (2), « Se montrer dogon. Les mises en scène de l'identité ethnique », *Ethnologies comparées*, revue en ligne, n°5.

DOQUET A., 2009, « Guides, guidons et guitares. Authenticité et guides touristiques au Mali », *Cahiers d'études africaines*, n°193-194, pp. 73-94.

DOQUET A., 2010, « La force de l'impact », *EspacesTemps.net*, mis en ligne le 18/02/2010, http://espacestemps.net/document7988.html

DORAIS L.-J., 2009, « Et si les autochtones n'existaient pas? », GAGNE N., MARTIN T. et SALAUN M., *Autochtonies vues de France et du Québec*, Québec, Presses de l'Université de Laval, 530 p., pp. 119-130.

DORLIN E., 2005, « De l'usage épistémologique et politique des catégories de « sexe » et de « race » dans les études sur le genre », *Cahiers du genre*, n°9, pp. 83-105.

DUBET F. et MARTUCELLI D., 1998, *Dans quelle société vivons-nous ?*, Paris, Le Seuil, p. 212.

DUBOIS A., 2010, *Analyse de la filière safran au Maroc. Quelles perspectives pour la mise en place d'une indication géographique?*, Montpellier, CIHEAM-IAMM, Master of sciences, 80 p. http://ressources.iamm.fr/theses/107.pdf

DUCHESNE S. et HAEGEL F., 2008, *L'enquête et ses méthodes : l'entretien collectif*, Paris, Colin, 126 p.

EDENSOR T., 2001, « Performing tourism, staging tourism », *Tourist studies*, vol 1, 1, pp. 59-81.

EL FASSKAOUI B., 2010, « La mise en tourisme du patrimoine architectural en terre dans le Sud-Est marocain. Quelle authenticité pour quel tourisme? », BRETON J.-M. (dir), *Patrimoine, tourisme, environnement et développement durable*, Paris, Karthala, pp. 242-270.

Equipe MIT « Mobilités Itinéraires Territoires », 1997, « Une approche géographique du tourisme », *L'Espace géographique*, 3e trimestre 1997, pp. 1-11.

Equipe MIT « Mobilités Itinéraires Territoires », 2002, *Tourismes 1 : lieux communs*, Paris, Belin, 319 p.

Equipe MIT « Mobilités Itinéraires Territoires », 2011, *Tourismes 3 : la révolution durable*, Paris, Belin, 332 p.

ERB M., 2001, « Le tourisme et la quête de la culture à Manggarai », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 25, n° 2, pp. 93-108.

FAUVEL C. et VANIER M., 2006, « Maroc. Le modèle français à l'épreuve du royaume et de la mondialisation », GIRAUT F. (dir), *Etude comparée des politiques d'aménagement du territoire et de développement régional dans les pays du Sud*, Paris, Direction générale de la coopération internationale et du développement, Ministère des affaires étrangères, 133 p., pp. 97-108.

FAVRET-SAADA J., 1993, *Corps pour corps : enquête sur la sorcellerie dans le bocage*, Paris, Gallimard, 368 p.

FELIU L., 2004, « Le mouvement culturel amazigh au Maroc », *L'année du Maghreb*, 2004/n°1, pp. 273-285.

FOUGEROLLES A., 1991, *Le Haut-Atlas : la montagne des montagnes*, Grenoble Glénat, 175 p.

FOURNIER P., 2006, « Le sexe et l'âge de l'ethnographe : éclairants pour l'enquêté, contraignants pour l'enquêteur », *ethnographiques.org*, n°11.

FRANCOIS H. *et al*, 2006, « Territoire et patrimoine: la co-construction d'une dynamique et de ses ressources », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n°5, pp. 683-700.

FRAY G., 1986, « Désagrégation des collectivités et dégradation des milieux dans le Haut Atlas marocain », Désert et montagne au Maghreb, hommage à Jean Dresch, *ROMM*, n° 41-42, pp. 234-248.

FRIEDMAN J., 2000, « Des racines et des (dé)routes. Tropes pour trekkeurs », *L'Homme*, n°156, pp. 187-206.

FRIEDMAN J., 2009, « L'indigénéité : remarques à propos de la notion d'autochtonie », GAGNE N., THIBAUD M. et SALAUN M., *Autochtonies vues de France et du Québec*, Québec, Presses de l'Université de Laval, 530 p., pp. 33-57.

FROGER G., 2012, « Le tourisme durable dans les Suds : solution ou mirage ? », *Mondes en développement*, n°157, pp. 29-46.

FURT J.-M. et MICHEL F., 2006, *Tourismes et identités*, Paris, L'Harmattan, 217 p.

FURT J.-M. et MICHEL F., 2007, *L'identité au cœur du voyage*, Paris, L'Harmattan, 237 p.

FURT J.-M. et MICHEL F., 2011, *Tourismes, patrimoines et mondialisations*, Paris, L'Harmattan, 398 p.

GAGNE N., 2009, « Autochtones, chercheurs et essentialismes : analyse de deux postures opposées à la lumière du cas maaori », *Revue internationale de l'Autochtonie*, n°1, pp. 11-23.

GAUTHIER L., 2013, *Le monde en albums. Itinéraires du voyageur Alfred Bertrand (1856-1924) et de sa collection photographique de Clichés exotiques (1874-2013)*, thèse de doctorat en géographie, Université de Genève, 451 p.

GEBRATI F., 2002, « Le Haut Atlas occidental, patrimoine et innovation territoriale », *Montagnes méditerranéennes*, n°15, pp. 107-111.

GEBRATI F., 2004, La mobilisation territoriale des acteurs du développement local dans le Haut-Atlas Occidental, *Thèse de doctorat en géographie,* Grenoble, Institut de Géographie Alpine, Université Joseph Fourier, 352 p.

GELDER K. and THORNTON S., 1997, *The subcultures reader*, London, Routledge, 599 p.

GELLNER R., 1957, « Independence in the Central High Atlas », *The Middle East Journal*, n°11, pp. 237-262.

GELLNER E., 1989 [1983], *Nations et nationalismes*, Paris, Payot, 208 p.

GELLNER E., 2003 [1969], *Les Saints de l'Atlas*, St Denis, ed Bouchène, 299 p.

GERVEREAU L., 2004, *Voir comprendre analyser les images*, Paris, La Découverte, 198 p.

GHAZALI A., 1991, « Contribution à l'analyse du phénomène associatif au Maroc », CAMAU M., *Changements politiques au Maghreb*, Paris, CNRS, 373 p.

GHORRA-GOBIN C., 2010, « Introduction », *Géographie et cultures*, n°74, pp. 3-10.

GHOZZI A. (coord), 1997, *L'affiche orientaliste: un siècle de publicité à travers la Fondation A. Slaoui*, Casablanca, Malika éditions, 141 p.

GIDDENS A., 1991, *Modernity and self-identity: self and society in the late Modern Age*, Cambridge, Polity Press, 256 p.

GINISTY K. et VIVET J., 2008, « Les biais, terrain de savoirs ? Expériences africaines », communication au colloque « A travers l'espace de la méthode : les dimensions du terrain en géographie », Arras, 18-20 juin 2008, http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00408163

GIRAUT F., 2008, « Conceptualiser le Territoire », *Historiens et géographes*, n°403, pp. 57-68.

GIRAUT F., 2009 (1), « Les nouveaux rapports entre politiques nationales et dynamiques territoriales locales. Comparaison Maroc-Afrique du Sud », BOUJROUF S., ANTHEAUME B., GIRAUT F., LANDEL P.-A. (ed), *Les territoires à l'épreuve des normes : référents et innovations. Contributions croisées sud-africaines, françaises et marocaines*, Marrakech, ed LERMA, FLSH, 526 p., pp. 359-367.

GIRAUT F., 2009 (2), « Préface. Innovation et territoires : Les effets contradictoires de la marginalité », *Revue de géographie alpine/Journal of Alpine Research*, 97-1, mis en ligne le 25 mars 2010. http://rga.revues.org/783

GIRAUT F. et VANIER M., 1999, « Plaidoyer pour la complexité territoriale », GERBAUX F. (dir), *Utopie pour le territoire : cohérence ou complexité*, La Tour d'Aigues, éd de l'Aube, 189 p., pp. 143-172.

GODDE P., PRICE M. and ZIMMERMANN F., 2002, *Tourism and Development in mountain regions*, Oxford, CABI, 357 p.

GOEURY D., 2011, « L'enclavement, une contrainte nationale devenue une opportunité mondiale? Le cas du Haut Atlas central marocain », *Méditerranée*, n°116, pp. 107-113.

GOFFMAN E., 1959, *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York, Doubleday, 259 p.

GOYON M., 2005, « La relation ethnographique : une affaire de genres », *Socio-anthropologie*, n°16, mis en ligne le 24 novembre 2006. http://socio-anthropologie.revues.org/444

GRAHAM B., ASHWORTH G.-J., TUNBRIDGE J.-E., 2000, *A Geography of Heritage. Power, Culture and Economy*, London, Arnold, 284 p.

GRAHAM B. and HOWARD P. (ed), 2008, *The Ashgate Research Companion on Heritage and Identity*, Aldershot, Ashgate, 461 p.

GRANDGUILLAUME G., 1983, *Arabisation et politique linguistique au Maghreb*, Paris, Maisonneuve et Larose, 214 p.

GRAVARI-BARBAS M. (dir), 2005, *Habiter le patrimoine : enjeux, approches, vécu*, Rennes, PUR, 618 p.

GRAVARI-BARBAS M. et GUICHARD-ANGUS S. (dir), 2003, *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde*, Paris, Presses Universitaires de Paris-Sorbonne, 958 p.

GREGOIRE E., 2006, « Tourisme culturel, engagement politique et actions humanitaires dans la région d'Agadès (Niger) », *Autrepart*, n° 40, pp. 95-111.

GREGOIRE E. et SCHOLZE M., 2012, « Identité, imaginaire et tourisme en pays touareg au Niger », *Via@*, Tourismes et dynamiques identitaires, n°2, mis en ligne le 13 décembre 2012. http://www.viatourismreview.net/Article10.php

GROSJEAN M. et THIBAUD J.-P. (dir), 2001, *L'espace urbain en méthodes*, Marseille, Ed. Parenthèses, 217 p.

GUERIN-PACE F., 2006, « Sentiment d'appartenance et territoires identitaires », *L'espace géographique*, n°35, pp. 298-308.

GUERREIRO A., 2001, «Tourisme, identité locale et développement à Kalimantan-Est sous l'ordre nouveau », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 25, n° 2, pp. 71-91.

GUHA R., 1998, *Dominance without hegemony. History and Power in Colonial India*, Cambridge, Harvard University Press, 245 p.

GUILHAUME J.-F., 1992, *Les mythes fondateurs de l'Algérie française*, Paris, L'Harmattan, 331 p.

GUMUCHIAN H. et PECQUEUR B. (dir), 2007, *La ressource territoriale*, Paris, Anthropos, 252 p.

GUYETANT-FAUVEL C., 2009, « La place du référentiel « développement durable » dans la nouvelle donne aménagiste au Maroc », BOUJROUF S., ANTHEAUME B., GIRAUT F., LANDEL P.-A. (ed), *Les territoires à l'épreuve des normes : référents et innovations. Contributions croisées sud-africaines, françaises et marocaines*, Marrakech, ed LERMA, FLSH, 526 p., pp. 413-432.

HAINAGUI M., 2008, « Une légende à des fins touristiques dans la Roumanie communiste », *Civilisations*, n°57, pp.109-125.

HALL S., 2007, *Identités et cultures. Politiques des cultural studies*, Paris, Éditions Amsterdam, 327 p.

HAMMOUDI A., 2001 [1977], *Maîtres et disciples. Genèse et fondements des pouvoirs autoritaires dans les sociétés arabes. Essai d'anthropologie politique*, Paris, Maisonneuve et Larose, Casablanca, ed Toubkal, 277 p.

HANCOCK C., 2001, « La géographie postcoloniale. L'empire contre-attaque », STASZAK J.-F. (dir), *Géographies anglo-saxones: tendances contemporaines*, Paris, Belin, 313 p., pp. 95-98.

HANCOCK C., 2007, « Délivrez nous de l'exotisme : quelques réflexions sur des impensés de la recherche géographique sur les Suds (et les Nords) », *Autrepar*t, n°41 « On dirait le Sud », pp. 69-82.

HEBDIGE D., 1982, *Subculture : the meaning of style*, London, New York, Methuen, 195 p.

HILLALI M., 1985, *Le développement du tourisme sur la côte méditerranéenne du Maroc : potentiel et action gouvernementale*, thèse de doctorat, Université d'Aix-Marseille III, Aix-en-Provence.

HILLALI M., 2003, *Le tourisme international vu du Sud*, Sainte-Foy, Presses de l'université du Québec, 228 p.

HILLALI M., 2006, « Aspects socioéconomiques et biogéographiques du tourisme rural à Chefchaouen », BOUJROUF S., *Le tourisme durable : réalités et perspectives marocaines et internationales*, Marrakech, Université Cadi Ayyad, 435 p., pp. 133-153.

HILLALI M., 2007, *La politique du tourisme au Maroc*, Paris, L'Harmattan, 293 p.

HILLALI M., 2009, « Quelques réflexions sur les aspects sociogéographiques et idéologiques du tourisme colonial au Maroc », ZYTNICKI C. et KAZDAGHI H. (dir.), 2009, *Le tourisme dans l'Empire français. Politiques, pratiques et imaginaires (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Publications de la Société française d'histoire d'Outre-Mer, 444 p., pp. 115-132.

HILLALI M., 2010, « Les aires protégées et le développement touristique au Maroc : quelques éléments de réflexion », LUCIA M. G. et RAMOU H., *Maroc : tourisme et développement local*, Paris, L'Harmattan, 334 p., pp. 287-312.

HILLALI M., 2011, « Du tourisme « moteur de développement » au tourisme de « lutte contre la pauvreté » », BOUJROUF S. et TEBAA O., *Tourisme et pauvreté*, Paris, éditions des archives contemporaines, 268 p., pp. 27-35.

HIRT I., 2008, *Redistribuer les cartes: approche postcoloniale d'un processus de cartographie participative en territoire mapuche (Chili)*, thèse de doctorat en géographie, Université de Genève, 497 p.

HOBSBAWM E., 1992 [1990], *Nations et nationalisme depuis 1870. Programme, mythe, réalité*, Paris, Gallimard, 371 p.

HOBSBAWM E. et RANGER T., 2006 [1983], *L'invention de la tradition*, Paris, Ed Amsterdam, 2006, 370 p.

HOWITT R. and STEVENS S., 2005, « Cross-cultural research: ethics, methods, and relationships », HAIN L. (ed), *Qualitative research methods in human geography*, Oxford, Oxford University Press, 339 p., pp. 30-50.

HUET K. et LAMAZOU T., 1988, *Sous les toits de terre, Haut-Atlas : éléments d'architecture traditionnelle et décoration picturale dans l'habitat berbère des hautes vallées*, Lons, Publi-Action, 150 p.

HUET K. et LAMAZOU T., 1990, *Un hiver berbère : journal d'un séjour dans le Haut-Atlas*, Marseille, J. Laffitte, 159 p.

HUET K. et LAMAZOU T., 2012 [1988 et 1990], *Onze lunes au Maroc chez les Berbères du Haut Atlas*, Paris, Gallimard, 263 p.

HUGONIE G. (dir), 2007, « Le terrain pour les géographes, hier et aujourd'hui », *Bulletin de l'association de géographes français*, vol. 2007-4.

JAAKSON R., 2005, « Globalization and neocolonialist tourism », HALL C. M. (*et al*), 2005, *Tourism and postcolonialism : contested discourses, identities, and representations*, London, New York, Routledge, 193 p., 169-183 p.

JAMOUS R. et BOURQUIA R., 2008, *Altérité et reconstruction de la société locale, cultures en miroir*, Rabat, CJB, Montreuil, Aux lieux d'être, 227 p.

JARRY A. *et al*, 2006, « Quelques réflexions sur le rapport de jeunes chercheuses féministes à leur terrain (chantier) », *Terrains et travaux*, n°10, pp. 177-193.

JENKINS R., 2000, « Categorization : Identity, Social Process and Epistemology », *Current Sociology*, vol 48 (3), pp. 7-25.

JENNAN L. et LANDEL P.-A., 2006, *Etude sur les pôles d'économie du patrimoine*. *Rapport d'établissement*, Rabat, Royaume du Maroc, Ministère de l'aménagement du territoire, de l'eau et de l'environnement, Direction de l'aménagement du territoire, 39 p.

JENNAN L., LANDEL P.-A., 2007, *Etude sur les pôles d'économie du patrimoine. Diagnostic stratégique des ressources patrimoniales de la région Tadla-Azilal. Rapport provisoire*, Rabat, Royaume du Maroc, Ministère de l'aménagement du territoire, de l'eau et de l'environnement, Direction de l'aménagement du territoire, 178 p.

JOLY M., 1994, *L'image et les signes. Approche sémiologique de l'image fixe*, Paris, Nathan, 191 p.

JOLY M., 2001, *Introduction à l'analyse de l'image*, Paris, Nathan, 128 p.

KAUFMANN J.-C., 2004, *L'invention de soi. Une théorie de l'identité*, Paris, Armand Colin/SEJER, 351 p.

KNAFOU R., 1991, « L'invention du lieu touristique : la passation d'un contrat et le surgissement simultané d'un nouveau territoire », *Revue de Géographie Alpine*, tome 79, n°4, pp. 11-19.

KHLIFI S., 1996, *Les modèles géographiques touristiques marocains, leur dynamique spatiale et leurs effets sur l'espace touristique*, thèse de doctorat, Villeneuve, Presses Universitaires du Septentrion, 543 p.

KNAFOU R., BRUSTON M., DEPREST F., DUHAMEL P., GAY J.-C., SACAREAU I., 1997, « Une approche géographique du tourisme », *L'Espace géographique*, n°3, pp. 193-204.

LACROIX T., 2005, *Les réseaux marocains de développement. Géographie du transnational et politiques du territorial*, Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques, 257 p.

LACROIX A., MOLLARD A. et PECQUEUR B., 2000, « Origine et produits de qualité territoriale : du signal à l'attribut », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n°4, pp. 683-706.

LAFUENTE G., 1999, *La politique berbère de la France et le nationalisme marocain*, Paris, L'Harmattan, 401 p.

LAMA W.B. and SATTAR N., 2004, « Mountain tourism and the conservation of biological and cultural diversity », PRICE M.-F., JANSKY L. and IATSENIA A.-A., *Key Issues for Mountain Areas*, New York, United Nations University Press, 273 p., pp. 111-148.

LANDEL P.-A., 2007, « Invention de patrimoines et construction des territoires », GUMUCHIAN H. et PECQUEUR B., *La ressource territoriale*, Paris, Economica-Anthropos, 252 p., pp. 157-177.

LANDEL P.-A., 2009, « Quelle compétitivité pour les territoires fragiles ? L'exemple de la construction de la filière des plantes aromatiques et médicinales dans la vallée de la Drôme », Communication au Colloque International « Sociétés en transition et développement local en zones difficiles « DELZOD » », Institut des Régions Arides, Laboratoire d'Economie et Sociétés Rurales, Médenine, Tunisie, 22-24 avril 2009.

LANDEL P.-A., GAGNOL L. et OIRY-VARACCA M., 2014, « La grille de lecture du développement territorial par la ressource spécifique : un outil d'analyse de quelques expériences marocaines et nigériennes », *Revue de géographie alpine / Journal of Alpine Geography*, à paraître.

LANDEL P.-A. et PECQUEUR B., 2009, « La culture comme ressource territoriale spécifique », *Administration et politique : une pensée critique sans frontières. Dialogue avec et autour de Jean-Jacques Gleizal*, ed Centre d'Etudes et de Recherche sur le Droit, l'Histoire et l'Administration Publique, 320 p., pp. 181-192.

LANDEL P.-A. et SENIL N., 2009, « Patrimoine et territoire, les nouvelles ressources du développement », *Revue Développement durable et territoires* (en ligne), dossier 12. http://developpementdurable.revues.org/index7563.html

LAPOMPE-PAIRONNE L., 2008, *Tourisme de masse et tourisme alternatif. Une approche géographique du tourisme par les pratiques : l'exemple de la randonnée en Languedoc-Roussillon*, thèse de doctorat, Nice-Sophia Antipolis.

LAPOMPE-PAIRONNE L., 2011, « Aanlyse comparée des destinations de deux formes de tourisme mondialisé : tourisme sédentaire et tourisme de randonnée », *Mondes du tourisme*, septembre 2011, pp. 87-95.

LATOUCHE S., 1998, *L'autre Afrique. Entre don et marché*, Paris, Albin Michel, 247 p.

LATOUCHE S., 2009, *Survivre au développement*, Paris, Mille et une nuits, 127 p.

LE SAOUT D., 2009, « La radicalisation de la revendication amazighe au Maroc. Le sud-est comme imaginaire militant », *L'année du Maghreb*, n°5, pp. 75-93.

LECESTRE-ROLLIER B, 1992, *Anthropologie d'un espace montagnard les Ayt Bou-Guemez du Haut-Atlas marocain*, thèse de doctorat, Université Paris V, 480 p.

LEHTINEN T., 2003, *« Nation à la marge de l'Etat ». La construction identitaire du mouvement amazigh dans l'espace national marocain et au-delà des frontières étatiques*, Lille, ANRT, 308 p.

LESSMEISTER R., 2005, « Le tourisme de montagne au Maroc – acteurs, bénéfices et domination dans les relations touristiques », AIT HAMZA M. et POPP H. (éd), *Pour une nouvelle perception des montagnes marocaines*, Actes du 7e colloque maroco-allemand, Rabat, Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat, série colloques et séminaires, n°119, pp. 153-161.

LEVEAU R., 1985, *Le fellah marocain défenseur du trône*, Paris, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 320 p.

LEVY J. et LUSSAULT M. (dir), 2003, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1033 p.

LLANES C., 2009, « Le tourisme au Maroc à l'époque coloniale : une pratique exogène ou endogène ? », ZYTNICKI C. et KAZDAGHI H. (dir), *Le tourisme dans l'Empire français. Politiques, pratiques et imaginaires (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Publications de la Société française d'histoire d'Outre-Mer, 444 p., pp. 325-333.

LÖFGREN O., 1999, *On holiday : a history of vacationing*, Berkeley, University of California Press, 320 p.

LOUARGANT S. et GHIOTTI S., 2000, « Les démarches comparatives sur la montagne : quelles connaissances ? », *Montagnes méditerranéennes*, n°12, pp. 19-25.

LOUX F., 1988, *Guides de montagne, mémoire et passions*, Didier Richard, Grenoble, 223 p.

LOZATO-GIOTART J.-P., 2006, *Le chemin vers l'écotourisme : impacts et enjeux environnementaux du tourisme aujourd'hui*, Paris, Delachaux et Niestlé, 191 p.

LUCIA M. G. et RAMOU H. (dir), 2010, *Maroc : tourisme et développement local*, Paris, L'Harmattan, 334 p.

MAALOUF A., 1998, *Les identités meurtrières*, Paris, B. Grasset, 210 p.

MACCANNELL D., 1973, « Staged Authenticity : Arrangements of Social Space in Tourist Settings », *The American Journal of Sociology*, vol 79, n°3, pp. 589-603.

MACCANNELL D., 1976, *The Tourist, a New Theory of the Leisure Class*, Berkeley-Los Angeles-London, University of California Press, 214 p.

MADDY-WEITZMANN B., 2001, « Contested identities : Berbers, « Berberism » and the state in North-Africa », *The Journal of North African Studies*, n°6, pp. 23-47.

MAGET M., 1989, *Le pain anniversaire à Villard d'Arène en Oisans*, Paris, Archives contemporaines, 237 p.

MAHDI M., 1999, *Pasteurs de l'Atlas : production pastorale, droit et rituel*, Casablanca, Fondation Conrad Adenauer, 347 p.

MARCUS G.E., 1995, « Ethnography in/of the world system : the Emergence of Multi-Sited Ethnography », *Annual Review of Anthropology*, 24, pp. 95-117.

MARIANI-ROUSSET S., 2001, « La méthode des parcours dans les lieux d'exposition », GROJEAN M. et THIBAUD J.-P. (dir), *L'espace urbain en méthodes*, Marseille, ed Parenthèses, 217 p., pp. 29-44.

MATTELART A. et NEVEU E., 2003, *Introduction aux Cultural Studies*, Paris, La Découverte, 121p.

MAZURE F., 2007, *Les revendications autochtones au sein du mouvement culturel amazigh au Maroc, leurs relations avec le mouvement international des peuples autochtones*, mémoire master 1, Université Lyon 2, 70 p.

MELE P., 2009, « Identifier un régime de territorialité réflexive », VANIER M. (dir), *Territoires, territorialité, territorialisation, controverses et perspectives*, Rennes, PUR, 228 p., pp. 45-55.

MELE P., LARRUE C. et ROSEMBERG M. (dir), 2003, *Conflits et territoires*, Tours, Maison des sciences de l'Homme « Villes et territoires », 224 p.

MELE P. et LARRUE C. (dir), 2008, *Territoires d'action : aménagement, urbanisme, espace*, Paris, L'Harmattan, 272 p.

MERNISSI F., 1998 [1997], *ONG rurales du Haut-Atlas, les Aït Débrouilles*, Casablanca, ed Le Fennec, 139 p.

MESSERLI B. and IVES J.-D., 1997, *Mountains of the world: a global priority*, New York, The Parthenon Publishing Group, 495 p.

MICHEL F., 2000, *Désirs d'ailleurs. Essai d'anthropologie des voyages*, Paris, Colin, 272 p.

MICOUD A., 1995, « Le Bien Commun des patrimoines », *Patrimoine culturel, patrimoine naturel*, Paris, La Documentation française, pp. 25-38.

MICOUD A., 2005, « La patrimonialisation ou comment redire ce qui nous relie (point de vue sociologique) », BARRERE C., BARTHELEMY D., NIEDDU M. et VIVIEN F.-D., *Réinventer le patrimoine. De la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine*, Paris, L'Harmattan, 337 p., pp. 81-97.

MILAN P., 2012, « Contournement et instrumentalisation de l'identité culturelle Mosuo dans la rencontre touristique », *Via@*, n°2, mis en ligne le 13 décembre 2012. http://www.viatourismreview.net/Article14.php

MINCA C. and OAKES T. (dir), 2006, *Travels in Paradox : Remapping Tourism*, Lanham, Rowman & Littlefield Publ., 286 p.

MONKACHI H., 1996, *Le rôle du tourisme dans le développement local du Haut Atlas central marocain*, thèse de doctorat, Aix-Marseille I, Institut de Géographie, 343 p.

MONKACHI H., 2005, « Quelques aspects de mutations du tourisme dans la vallée des Aït Bouguemez », AIT HAMZA M. et POPP H., *Pour une nouvelle perception des montagnes marocaines : espaces périphériques ? Patrimoine culturel et naturel ? Stock de ressources pour l'avenir ?,* Actes du 7e colloque maroco-allemand, Rabat, Publication de la faculté des lettres et des sciences humaines, Série Colloques et séminaires, 119 p., pp. 187-197.

MONTAGNE R., 1930, *Les Berbères et le Makhzen dans le Sud du Maroc : essai sur la transformation politique des Berbères sédentaires (groupe chleuh)*, Paris, Félix Alcan, 422 p.

MORIN F., 2011, « Le malaise des anthropologues face à la globalisation de l'autochtonie », *Revue internationale sur l'Autochtonie*, n°3, pp. 129-140.

MOUBCHIR W., 2008, *Les associations de développement touristique: nouveaux acteurs pour la dynamisation et la gestion touristique dans le Haut Atlas de Marrakech. Cas de la vallée du Zat*, thèse de doctorat en tourisme, Université Cadi Ayyad, 282 p.

MOUDOUD B., 1999 (1), « Le tourisme de montagne : créneau spécifique pour des régions spécifiques », OUAOUICHA D. (dir), *Le tourisme en question*, Meknès, publié par l'Université Moulay Ismail de Meknès, série colloque 11, 114 p., pp. 43-59.

MOUDOUD B., 1999 (2), *Production et gestion du tourisme de montagne au Maroc*, thèse de doctorat, Grenoble, Université Joseph Fourier, 517 p.

MOUDOUD B. et EZAIDI A., 2006, « Quelle offre touristique pour la montagne marocaine », SAIGH BOUSTA R. (dir.), *Le tourisme de montagne, réalités et perspectives*, Marrakech, EDIT, 211 p., pp. 33-45.

NACIRI M., 1997, « Les montagnes marocaines : de la centralité à la marginalisation. Réflexions pour une réinsertion des massifs montagneux dans l'espace national », ROUX B. et GUERRAOUI (dir), *Les zones défavorisées méditerranéennes : études sur le développement dans les territoires ruraux marginalisés*, Casablanca, ed Toubkal, Paris, Montréal, L'Harmattan, 361 p., pp. 51-69.

NACIRI M., 1999, « Territoire : contrôler ou développer, le dilemme du pouvoir depuis un siècle », *Monde arabe, Maghreb Machreq*, n°164, pp. 9-35.

NACIRI M., 2007, « Des jemaas des Alpes du sud aux communes du Haut Atlas occidental », AKESBI N. *et al*, *Hommage à Paul Pascon. Devenir de la société rurale, développement économique et mobilisation sociale*, Rabat, Institut agronomique et vétérinaire Hassan 2, 293 p., pp. 33-57.

NAJJI S., 2003, « Tourisme durable et sauvetages patrimoniaux : le tourisme, facteur de destruction ou de reconstructions des identités? », BOUJROUF S., *Le tourisme durable : réalités et perspectives marocaines et internationales*, Marrakech, université Cadi Ayyad, 2003, 435 p., pp. 171-186.

NAJI S., 2006, *Greniers collectifs de l'Atlas : patrimoines du Sud marocain*, Aix-en-Provence, Edisud, Casablanca, La croisée des chemins, 301 p.

NASH C., 2000, « Performativity in practice : some recent work in cultural geography », *Progress in Human Geography*, n°24, pp. 653–664.

NUNEZ T., 1963, « Tourism, Tradition and Acculturation. Weekendismo in a Mexican Village », *Southwestern Journal of Anthropology*, n°34, pp. 328-336.

OIRY M., 2007, *Les débuts du tourisme au désert dans l'Algérie coloniale et le Maroc sous Protectorat : la cristallisation du mythe saharien à travers l'aventure automobile*, mémoire de master II en histoire contemporaine, Lyon, ENS-LSH, 140 p.

OIRY-VARACCA M., 2012 « La mobilisation des identités amazighes dans des projets de développement touristique. Dynamiques du branchement et de l'ancrage dans les montagnes marocaines », *Via@*, Tourismes et dynamiques identitaires, n°2, mis en ligne le 13 décembre 2012. http://www.viatourismreview.net/Article11.php

OIRY-VARACCA M., 2012, « Le « printemps arabe » à l'épreuve des revendications amazighes au Maroc. Analyse des enjeux territoriaux et politiques des discours sur l'identité », *L'Espace Politique*, n°18, mis en ligne le 06 décembre 2012. http://espacepolitique.revues.org/index2504.html

OIRY-VARACCA M., 2012, « Les revendications autochtones au Maroc. Pour une approche postcoloniale pragmatique », *Espaces Populations Sociétés*, 2012-1, pp. 43-57.

OIRY-VARACCA M., 2012, « Préface. Fabriquer des ressources territoriales pour renouveler l'offre touristique dans les Alpes et les Pyrénées », *Revue de géographie alpine/Journal of Alpine Research*, n°100, mis en ligne le 17 décembre 2012. http://rga.revues.org/1779

OIRY-VARACCA M., 2013, « Du tourisme de randonnée au tourisme patrimonial: l'identité, levier de recompositions territoriales dans la vallée des Aït Bouguemez? », Collection Edytem, n°14, pp. 45-56.

OIRY-VARACCA M., 2014, « Associations amazighes et associations de développement en milieu rural marocain: regard croisé » (à paraître aux éditions Bouchène).

OIRY-VARACCA M., 2014, « La réinvention des identités locales à travers la mobilisation de réseaux amazighs transnationaux. L'émergence d'un « cosmopolitisme enraciné » dans la montagne marocaine » (à paraître aux éditions Actes Sud).

OLIVIER DE SARDAN J.-P., 1995, *Anthropologie et développement : essai en socio-anthropologie du changement social*, Paris, Karthala, 221 p.

OLIVIER DE SARDAN J.-P., 2008, *La rigueur du qualitatif. Les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*, Louvain-La- Neuve, Bruylant-Academia, 365 p.

OUAOUICHA D. (dir), 1999, *Le tourisme en question*, Meknès, Université Moulay Ismail de Meknès, série colloque n°11, 114 p.

OZOUF M., 2009, *Composition française : retour sur une enfance bretonne*, Paris, Gallimard, 258 p.

PABION-MOURIES J., 2010, *L'écotourisme au Kirghizstan post-soviétique, entre développement international et volontés locales*, thèse en anthropologie, EHESS, 339 p.

PALOMARES E. (dir), 2010, *Prismes féministes : qu'est-ce que l'intersectionnalité?*, Paris, L'Harmattan, 290 p.

PALOMARES E. et TESTENOIRE A., 2010, « Indissociables et irréductibles: les rapports sociaux de genre, ethniques et de classe », *L'Homme et la société*, n° 176-177, pp. 15-26.

PASCON P., 1983 [1977], *Le Haouz de Marrakech*, Rabat, Tanger, Editions marocaines et internationales, 165 p.

PECQUEUR B., 2001, « Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés », *Economie rurale*, n°261, pp. 37-49.

PECQUEUR B., 2005, « Le développement territorial : une nouvelle approche du développement pour les économies du sud », GIRAUT F. et ANTHEAUME B., *Le territoire est mort, vive les territoires !*, Paris, IRD, 384 p., pp. 295-316.

PEIGNOT J., 1988, *Air France. Affiches posters. 1933-1983*, Paris, Hazan, 129 p.

PETITE M., 2011, *Identités en chantiers dans les Alpes : des projets qui mobilisent objets, territoires et réseaux,* Bern Berlin, P. Lang, 406 p.

PEYRACHE-GADEAU V. et PECQUEUR B., 2004, « Les ressources patrimoniales : valorisation par les milieux innovateurs », CAMAGNI R., MAILLART D. et MATTEACCIOLI A., *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*, Neuchâtel, EDEA, col. GREMI, 298 p., pp.71-89.

PEYRACHE-GADEAU V. et GAUCHON C., 2007, « Tourisme durable et vulnérabilité des identités territoriales : propositions théoriques en appui sur les contextes de tourisme en montagne », BATAILLOU C. et SCHEOU B., *Tourisme et développement, regards croisés*, Perpignan, PUP, 487p., pp. 291-324.

PEYRON M., 2006, Le tourisme de montagne en question : les tours Operators dans l'Atlas marocain, 43 p. http://www.aui.ma/VPAA/shss/mpeyron-touroperators-fr.pdf

PEYRON M., 2009, « Tour Operator Watch n°8 : Atlas Mountains », posté le 4 avril 2010.

http://michaelpeyron.unblog.fr/2010/04/04/tour-operator-watch-8-dec-2009/

PEYRON M., 2010 (1), « Moroccan Berber lifestyle and Atlas mountain ecosystems under threat », posté le 5 avril 2010.

http://michaelpeyron.unblog.fr/2010/04/05/moroccan-berber-lifestyle-and-atlas-mountain-ecosystems-under-threat/

PEYRON M., 2010 (2), « Tour Operator n°11: 22-day Great Atlas Traverse », posté le 7 décembre 2010.

http://michaelpeyron.unblog.fr/2010/12/07/tour-operator-watch-n-11-22-day-great-atlas-traverse/

PEYRON M., 2011, « A la recherche d'un imaginaire : cas du Maroc touristique », posté le 4 mai 2011, http://michaelpeyron.unblog.fr/2011/05/04/a-la-recherche-dun-imaginaire-cas-du-maroc-touristique/

PEYVEL E., 2007, « Tourisme et construction des identités vietnamiennes », FURT J.-M. et MICHEL F., *L'identité au cœur du voyage*, Paris, L'Harmattan, 237 p., pp. 143-155.

PEZELET L., 1996, « Gîte d'étape chez l'habitant dans le Haut-Atlas central : logique touristique et sens de l'espace domestique », *Revue de géographie alpine / Journal of Alpine geography*, tome 84, n°4, pp. 133-148.

PEZELET L., 1997, *Dynamique sociale dans le Haut Atlas central marocain : quelle production sociale autochtone du sens de l'espace dans un contexte de sollicitation touristique internationale ?*, thèse de doctorat en géographie, Grenoble, IGA, 470 p.

PICARD M., 1992, *Bali : tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan, 217 p.

PICARD M., 2001, « Bali : vingt ans de recherches », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 25, n° 2, pp. 109-127.

PICARD M., 2010, « L'identité balinaise à l'épreuve du tourisme », *EspacesTemps.net*, Textuel, 12/04/2010.

http://espacestemps.net/document8063.html

PICARD M. et MICHAUD J. (dir), 2001, « Tourisme et sociétés locales en Asie orientale », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 25, n°2, pp. 5-13.

PIRINOLI C., 2004, « L'anthropologie palestinienne entre science et politique : l'impossible neutralité du chercheur », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 28, pp. 165-185.

PLANEL S., 2009, « Transformations de l'Etat et politiques territoriales dans le Maroc contemporain », *L'Espace Politique*, 2009-1, n°7, mis en ligne le 30 juin 2009. http://espacepolitique.revues.org/index1234.html

POPP H., 1999, « Le tourisme de montagne dans le Haut Atlas Central, état des lieux », BERRIANE M. et POPP H., *Le Tourisme au Maghreb : diversification du produit et développement local et régional*, actes du 5e colloque maroco-allemand, Tanger, 1998, Rabat, Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, 347 p., pp. 183-194.

POUCHEPADASS J., 2007, « Le projet critique des postcolonial studies entre hier et demain », SMOUTS M.-C., *La situation postcoloniale : les postcolonial studies dans le débat français*, Paris, Presses de Sciences Po, 451 p., pp. 173-218.

POUCHEPADASS J., 2000, « Les Subaltern Studies ou la critique postcoloniale de la modernité », *L'Homme*, n°156, pp. 161-186.

POUESSEL S., 2006, « Du village au village global : émergence et construction d'une revendication autochtone berbère au Maroc », *Autrepart*, n° 38, « La globalisation de l'ethnicité? », pp. 119-134.

POUESSEL S., 2010 (1), *Les identités amazighes au Maroc*, Paris, Editions Non-Lieu, 203 p.

POUESSEL S., 2010 (2), « Une culture méditerranéenne fragmentée : la revendication amazighe entre local(ité) et transnational(ité) », *Esprit critique*, Vol. 13, n° 1, pp.1-21.

RABINOW P., 1988 [1997], *Un ethnologue au Maroc. Réflexions sur une enquête de terrain*, Paris, Hachette, 144 p.

RACHIK H., 2006 (1), « Construction de l'identité amazighe », RACHIK H. (ed), *Usages de l'identité amazighe au Maroc*, Casablanca, Equipe de Recherche sur les Identités Collectives, 250 p., pp. 15-66

RACHIK H. (ed), 2006 (2), *Usages de l'identité amazighe au Maroc*. Casablanca, Equipe de Recherche sur les Identités Collectives, 250 p.

RAFFESTIN C., 1980, *Pour une géographie du pouvoir*, Paris, Litec, 249 p.

RAFFESTIN C., 1986 (1), « Ecogenèse territoriale et territorialité », AURIAC F. et BRUNET R. (dir), *Espaces, jeux et enjeux*, Paris, Fayard, 343 p., pp. 175-185.

RAFFESTIN C., 1986 (2), « Nature et culture du lieu touristique », *Méditerranée*, 58-3, pp. 11-17.

RANGER T., 2006 [1983], « L'invention de la tradition en Afrique à l'époque coloniale », HOBSBAWM E. et RANGER T., *L'invention de la tradition*, Paris, ed Amsterdam, 370 p., pp. 225-278.

RAJOTTE F. and CROCOMBE R., 1980, *Pacific Tourism: As the Islanders see it*, Fiji, South Pacific Social Sciences Association, 171 p.

RAMOU H., 2005, *Le tourisme durable et les montagnes au Maroc. Cas du Parc National du Toubkal et du Site d'Intérêt Biologique et Ecologique du Saghro*, thèse de doctorat en géographie, Rabat, Université Mohammed V, 270 p.

RAMOU H., 2009, « L'émergence et le développement du tourisme de montagne dans le Maroc colonial et postcolonial », ZYTNICKI C. et KAZDAGHI H. (dir), *Le tourisme dans l'Empire français. Politiques, pratiques et imaginaires (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Publications de la Société française d'histoire d'Outre-Mer, 444 p., pp. 347-367.

RETAILLE D., 2005, « L'espace mobile », GIRAUT F. et ANTHEAUME B., *Le territoire est mort, vive les territoires !*, Paris, IRD, 384 p., pp. 175-203.

REYNAUD A., 1981, *Société, espace et justice : inégalités régionales et justice socio-spatiale*, Paris, PUF, 263 p.

REYNAUD A., 1995, « Centre et périphérie », BAILLY A., FERRAS R., PUMAIN D., *Encyclopédie de la géographie*, Paris, Economica, 1167 p., pp. 583-585.

RIST G., 1994, *Le développement, histoire d'une croyance occidentale*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 426 p.

RIST G., 1998, « Des sphinx, des licornes et autres chimères… Trois approches des relations entre culture et « développement » face aux pratiques sociales », RIST G. (dir), *La culture, otage du développement?*, Paris, L'Harmattan, 192 p., pp. 49-68.

ROMAGNY B., AUCLAIR L. et ELGUEROUA A., 2008, « La gestion des ressources naturelles dans la vallée des Aït Bouguemez (Haut Atlas) : la montagne marocaine à la recherche d'innovations institutionnelles », *Mondes en Développement*, vol.36, n°141, pp. 63-80.

ROMAGNY B. et BOUJROUF S., 2010, « La ruée vers la valorisation des produits du terroir au Maroc. Chronique de la patrimonialisation de l'huile d'argan », *Hespéris-Tamuda*, vol. XLV, pp. 1-14.

ROQUE M.-A., 2004 (1), « Clés politiques et sociologiques de la société civile au Maroc », ROQUE M.-A., *La société civile au Maroc. L'émergence de nouveaux acteurs de développement*, Paris, Publisud, 325 p., pp. 19-73.

ROQUE M.-A., 2004 (2), « L'émergence d'une société civile au sud du Maroc : le Souss », ROQUE M.-A., *La société civile au Maroc. L'émergence de nouveaux acteurs de développement*, Paris, Publisud, 325 p., pp. 247-311.

ROQUE M.-A., 2010, « La société civile et la revendication amazighe », YACINE T., ROQUE M.-A., GHAKI M. et CHAFIK M. (dir), *Les Amazighs aujourd'hui, la culture berbère*, Paris, Publisud, 264p., pp. 167-171.

ROSE G., 1993, *Feminism and Geography. The limits of geographical knowledge*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 205 p.

ROSE G., 2001, *Visual methodologies*, London, Sage, 287 p.

SACAREAU I., 1997, *Porteurs de l'Himalaya : le trekking au Népal*, Paris, Belin, 271 p.

SACAREAU I., 2000, « Mise en tourisme et dynamique spatiale au Népal », *Mappemonde*, n°58, pp. 12-16.

SACAREAU I., 2006, *Tourisme et sociétés en développement, une approche géographique appliquée aux montagnes et sociétés des pays du Sud*, HDR, inédit scientifique non publié, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

SACAREAU I., 2007, « Au pays des bons sentiments : quelques réflexions critiques à propos du tourisme solidaire », *Téoros*, n°26, mis en ligne le 1er février 2011. http://teoros.revues.org/602

SACAREAU I., 2011, « Lorsque les pratiques touristiques renouvellent la ressource », ANTOINE J.M. et MILLIAN J. (dir), *La ressource montagne. Entre potentialités et contraintes*, Paris, L'Harmattan, 287 p., pp. 195-211.

SAID E., 2005 [1978], *L'orientalisme. L'Orient créé par l'Occident*, Paris, Seuil, 423 p.

SAIGH BOUSTA R. (dir), 2006, *Le tourisme de montagne, réalités et perspectives*, Marrakech, EDIT, 211 p.

SALAZAR N.B., 2008, « « Enough stories! » Asian Tourism Redefining the Roles of Asian Tour Guides », *Civilisations*, n°57, pp. 207-222.

SALAZAR N.B., 2009, « Imaged or imagined? Cultural Representations and the Tourismification of Peoples and Places », *Cahiers d'études africaines*, n°193-194, pp. 49-72.

SALAZAR N.B., 2010, *Envisioning Eden: Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond*, Berghahn Books, 250 p.

SAVOIE-ZAJC L., 2003, « L'entrevue semi dirigée », GAUTHIER B. (dir), *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 619 p., pp. 263-285.

SCHEOU B., 2009, *Du tourisme durable au tourisme équitable : quelle éthique pour le tourisme de demain ?*, Bruxelles, De Boeck, 311 p.

SCHOLZ F., 2005, « The theory of fragmenting development », *Geographische Rundchau* International Edition, n°1(2), pp. 4-11.

SEMMOUD B., 2010, *Maghreb et Moyen-Orient dans la mondialisation*, Paris, Colin, 318 p.

SEN A., 2006, *Identité et violence : l'illusion du destin*, Paris, O. Jacob, 270 p.

SENIL N., 2011, *Une reconstruction de l'espace-temps : approche croisée des processus de patrimonialisation et de territorialisation dans les territoires ruraux en France et au Maroc*, thèse de doctorat en géographie, IGA, Grenoble, 564 p.

SENIL N. et JULIEN B., 2013, « Etude de la mise en tourisme sportive et patrimoniale d'une vallée de haute-montagne. Le cas de la vallée des Aït Bouguemez, Haut Atlas central, Maroc », Collection Edytem, n°14, pp. 57-66.

SERVIER J., 1990, *Les Berbères*, Paris, PUF, 127 p.

SHARP J., 2005, « Geography and Gender: feminist methodologies in collaboration and in the field », *Progress in Human Geography*, vol. 29, n°3, pp. 304-309.

SIMENEL R. *et al*, 2009, « L'argan : l'huile qui cache la forêt domestique. De la valorisation du produit à la naturalisation de l'écosystème », *Autrepart*, n°50, pp. 51-74.

SIMENEL R., 2010 (1), « Beldi/Roumi, une conception marocaine du produit du terroir, l'exemple des Aït Ba'amran de la région de Sidi Ifni », *Hespéris-Tamuda*, vol. XLV, pp. 167-175.

SIMENEL R., 2010 (2), *L'origine est aux frontières. Les Aït Ba'amran, un exil en terre d'arganiers (Sud Maroc)*, Paris, CNRS ed, 328 p.

SKOUNTI A., 2004, « Patrimoine culturel et tourisme au Maroc », SAIGHBOUSTA R. (dir), *Communication interculturelle, patrimoine et tourisme*, Marrakech, Ecole doctorale internationale du tourisme, 251 p., pp. 81-87.

SKOUNTI A., 2006, « Patrimoine et tourisme de montagne : Aït Bouguemmaz (Haut-Atlas central) », SAIGH BOUSTA R. (dir), *Le tourisme de montagne, réalités et perspectives*, Marrakech, EDIT, 211 p., pp. 155-160.

SKOUNTI A., 2008, « Le « local » redéfini par la patrimonialisation. Exemples du Maroc », JAMOUS R. et BOURQUIA R., *Altérité et reconstruction de la société locale, cultures en miroir*, Montreuil, Aux lieux d'être, 227 p., pp. 95-106.

SKOUNTI A., 2010, « De la patrimonialisation. Comment et quand les choses deviennent-elles des patrimoines ? », *Hespéris-Tamuda*, Vol. XLV, (2010), pp. 19-34.

SMITH V. L., 1989 [1977], *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 341 p.

SMOUTS M.-C., 2007, *La situation postcoloniale : les postcolonial studies dans le débat français*, Paris, Presses de Sciences Po, 451 p.

SPIVAK G.-C., 2009 [1988], *Les subalternes peuvent-elles parler?*, Paris, ed Amsterdam, 110 p.

STASZAK J.-F., 2008, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », *Le Globe*, 148, pp. 3-30.

STASZAK J.-F., 2012, « L'imaginaire géographique du tourisme sexuel », *L'Information géographique*, 76-2, pp. 16-39.

STOCK M. (coord), 2003, *Le tourisme, acteurs, lieux et enjeux*, Paris, Belin, 299 p.

STOCK M., 2006, « Construire l'identité par la pratique des lieux », DE BIASE A. et ROSSI C., *Chez nous. Territoires et identités dans les mondes contemporains*, Paris, éd de la Villette, 319p., pp. 142-159.

STORA B., 2011, *Le 89 arabe, réflexions sur les révolutions en cours, dialogue avec Edwy Plenel*, Paris, Stock, 172 p.

STORA B., 2012, *Voyages en postcolonies : Vietnam, Algérie, Maroc*, Paris, Stock, 134 p.

TARROW S., 2007, « Cosmopolites enracinés et militants transnationaux », *Lien social et politiques*, n◦ 58, pp. 87-102.

TEBAA O., 2010, « Patrimoine, patrimonisalisation et développement touristique : le cas de Marrakech », *Hespéris-Tamuda*, vol. XLX, pp. 55-66.

THIESSE A.-M., 1999, *La création des identités nationales. Europe. XVIIIe-XXe siècle*, Paris, Seuil, 303 p.

TIEKOURA O., 2012, « Tourisme et identités de genre à Agadez, Niger », *Via@*, Tourismes et dynamiques identitaires, n°2, mis en ligne le 13 décembre 2012. http://www.viatourismreview.net/Article13.php

TIZZA W., 2012, « Femmes des Aït Bouguemez : des identités à l'épreuve du tourisme », *Via@*, n°2, 2012, mis en ligne le 13 décembre 2012. URL : http://www.viatourismreview.net/Article12.php

TOURABI A. et ZAKI L., 2011, « Maroc, une révolution royale? », *Mouvements*, n°66, p. 98-103.

TROIN J.-F. (dir), 2002, *Maroc : régions, pays, territoires*, Paris, Maisonneuve & Larose, et Casablanca, Tarik ed, 502 p.

TROIN J.-F. (dir), 2006, *Le Grand Maghreb*, Paris, Armand Colin, 364 p.

TROIN J.-F., 2011, « Régionalisation et mondialisation au Maroc : interférences positives ou déséquilibres accrus ? », *Méditerranée*, n°116, pp. 69-76.

TURNER L. and ASH J., 1975, *The golden hordes – International tourism and the pleasure periphery*, London, Constable and C° Ltd, 319 p.

URBAIN J.-D., 1991, *L'idiot du voyage : histoires de touristes*, Paris, Plon, 270 p.

VALENTINE G., 2007, « Theorizing and researching intersectionality: a challenge for feminist geography », *The professional geographer*, 59 (1), pp. 10-21.

VELTZ P., 1996, *Mondialisation, villes et territoires : l'économie d'archipel*, Paris, PUF, 262 p.

VERMEREN P., 2001, *Le Maroc en transition*, Paris, La Découverte, 249 p.

VERMEREN P., 2011, *Maghreb, les origines de la révolution démocratique*, Paris, Fayard, 421 p.

VESCHAMBRE V., 2008, « Autour du patrimoine : des enjeux d'ancrage spatial et de construction identitaire », GUERIN-PACE F. et FILIPPOVA E., *Ces lieux qui nous habitent. Identité des territoires, territoire des identités*, La Tour d'Aigues, ed de l'Aube, 275 p., pp. 83-98.

VOLVEY A., 2003, « Terrain », LEVY J. et LUSSAULT M., *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 1033 p., pp. 904-906.

VOLVEY A. *et al*, 2012, « Terrain de je. (Du) Sujet (au) géographique », *Annales de géographie*, n° 687-688, pp. 441-461.

WEBER M., 1998 [1965], *Essais sur la théorie de la science*, Paris, Presses Pocket, 478 p.

ZYTNICKI C. et KAZDAGHI H. (dir), 2009, *Le tourisme dans l'Empire français. Politiques, pratiques et imaginaires (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Publications de la Société française d'histoire d'Outre-Mer, 444 p.

Annexes

I. ANNEXE 1 : sources

1. Inventaire des entretiens

Les entretiens semi-directifs et informels réalisés sont ici listés. Ils sont classés par terrain. L'ordre de classement des personnes interrogées correspond à l'ordre chronologique dans lequel elles ont été interviewées.

Ourika

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	Date et lieu	Référence[148]
Touristes et guides (discussions informelles). Observation des lieux touristiques, de leur organisation, des acteurs touristiques, de leurs projets, des touristes et de leurs pratiques.	22 mars, 22 mai, 10 octobre 2010 et 13 novembre 2013, Aghbalou, Oulmes et Setti Fatma	C1O1, C3O2, C3E5, C5O1, C19O1
Khalid Ben Youssef, responsable local de l'Ecomusée berbère. Observation de visites guidées par Khalid et de ses discussions et relations avec les gens du village et les membres de l'association.	22 mars, 21 et 23 mai 2010, 11 octobre 2010, 13 novembre 2013, Tafza	C1E3, C3E2, C3V1, C3O1, C303, C5O2, C19E5
Guides et jardiniers du Jardin bio-aromatique de l'Ourika. Parcours commenté du jardin avec une guide.	6 mai 2010, Tnine l'Ourika	C1P2
Guide de la Safranière. Parcours commenté du jardin avec une guide.	6 mai 2010, Tnine l'Ourika	C1V2
Patrick Manac'h, fondateur et responsable de la Maison de la photographie et de l'Ecomusée berbère de l'Ourika	23 et 27 mars 2010, 13 et 20 mai 2010, 13 et 15 novembre 2013, Marrakech	C1E4, C1E5, C1E18, C19E5
Elizabeth et Marie Claire Boehm, touristes	28 mai 2010, Tafza	C3E3

[148] Chaque code correspond à : numéro de carnet ; numéro selon le type de méthode employé (entretien = E, focus group = FG, séquence d'observation = 0, parcours commenté = P, visite commentée = V).

Abderahim, vice-président de l'association Tafza de développement	21 mai 2010, Tafza	C3E4
Hassan Aït Brahim, responsable du bureau des guides de Setti Fatma	22 mai et 10 octobre 2010, Setti Fatma	C3E6, C5E4
Taïb Lakrod, président de l'association Jeunesse, développement et d'organisation des activités sportives et culturelles d'Oulmes	22 mai 2010, Oulmes	C3E7
Abdelouahid, responsable du Centre d'information touristique de Tnine l'Ourika	22 mai 2010, Tnine l'Ourika	C3E8
Abdelali Atif, vice-président de l'ABDBO, membre du PSU	22 mai 2010, Tnine l'Ourika 6 mars et 14 juin 2011, Marrakech	C3E9, C7E13, C14E6
Abdellatif, vendeur de poterie	22 mai 2010, Tafza	C3E10
Mohamed, employé de la Maison de la photographie	23 mai 2010, Marrakech	C3E11
Mahjoub et Kamal, employés à la Maison de la photographie	24 mai 2010, Tafza	C3E12
Hassan Ourdagh, secrétaire de la Commune de l'Ourika, fondateur et vice-président de l'ABDBO	28 mai 2010, Tnine l'Ourika	C4E8
Hassan Saktine, membre du conseil municipal de l'Ourika et du bureau de l'ABDBO, responsable de la formation des guides	28 mai 2010, Tnine l'Ourika	C4E9
Nawal et Nabila, responsables de la production et de la vente à la coopérative d'huile d'argan de Tafza	10 octobre 2010, Tafza	C5E2
Ibrahim Tajjighra, propriétaire de la Maison berbère	10 octobre et 14 avril 2010, Ighrim Naït Hamou	C5E3, C11E8
Mohamed Tajjighra, fils du propriétaire de la Maison berbère	10 octobre 2010, Ighrim Naït Hamou	C5E5
Rémi, responsable des Jardins de Timalizene	10 octobre 2010, Timalizene	C5E6

Mohamed Akensouss, président de l'ABDBO et de la commune de l'Ourika	11 octobre 2010, Tnine l'Ourika	C5E7
Lahsen Tajighra, vice-président de la commune de Setti Fatma	11 octobre 2010, Setti Fatma	C5E8
Berkaoui (directeur du service de la programmation et de l'évaluation), Hassan (chef des services d'aménagement), Soraya Mokhtari (directrice du PN Toubkal): services des eaux et forêts	12 octobre 2010, Marrakech	C5E9
Hassan Ouzine, Délégation régionale du tourisme	13 octobre 2010, Marrakech	C5E10
Abdelfattah Tika, responsable du service tourisme de la Province Al Haouz	13 octobre 2010, Tahanaoute	C5E12
Jalil Belkamel, fondateur et responsable de Nectarome	13 octobre 2010, Marrakech	C5E13
Jean, fondateur responsable de l'Ecomusée de l'olivier	10 octobre 2010, Tafza	C6E9
Abdouh Abderrahim, guide membre du syndicat national des guides et président du bureau des guides de la vallée de l'Ourika	6 mars 2011, Marrakech	C7E12
Le *fqih* de Tafza	10 avril 2011, Tafza	C11E2
Karim Aït Ali, responsable local de la Kasbah Omar	11 avril 2011, Anrar	C11E5
Mohamed Aït El Hachmi, membre du conseil municipal de la commune de Setti Fatma	14 avril 2011, Setti Fatma	C11E9
Représentants du conseil régional du tourisme de Marrakech, du Ministère de l'Intérieur à la province al Haouz, coordinateur du PAT à la Province, directrice du parc du Toubkal, président de l'association Assafou pour le développement et directeur de l'agence Travel, Hamid Mergani (écomusée berbère).	5 janvier 2012, Marrakech	C18FG1

Oukaïmeden

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	Date et lieu	Référence
Premiers repérages avec l'équipe MIST-AA	Février 2009, Oukaïmeden	
Ali Aït Lhaj, gardien des sites de gravures rupestres Parcours commenté autour des gravures	9 janvier 2011, Oukaïmeden	C9P1
Michèle, gardienne du refuge du Club Alpin Français	9 janvier 2011, Oukaïmeden	C6E8
Fabrice Cuzin, botaniste consultant	12 janvier 2011, Marrakech	C6E12
Alessandra Bravin, archéologue et responsable des circuits culturels chez Cobratours	12 janvier 2011, Marrakech	C6E13
Tarik Fettah, ancien président de la Fédération royale marocaine de ski et de sports de montagne et président de l'association Toubkal ski Oukaïmeden	12 janvier 2011, Marrakech	C6E14
Majidi, membre du bureau de l'Association marocaine de protection des gravures rupestres	4 mars 2011, Kenitra	C7E0
Mohamed Assakour, régisseur, président de l'espace associatif de l'Oukaïmeden	11 avril 2011, Oukaïmeden	C11E3
Mohamed Akizou, président de la commune de l'Oukaïmeden	11 avril 2011, Oukaïmeden	C11E4

Zat

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	**Date et lieu**	**Référence**
Ismaël El Korchi, étudiant en master de géographie à l'université de Marrakech, traducteur	15 et 16 mai 2010, Tighdouine	C2E1, C2E5, C2E12
Ahmed Nassouh, employé de la commune et membre de l'AAZ	15 mai 2010, Tighdouine	C2E2
Hafida, présidente de l'association de bienfaisance, économe à l'internat des filles du lycée, ancienne animatrice de l'AAZ	15 mai 2010, Tighdouine	C2E3
Aït Aïssa My Abdelkarim, membre de l'association Kounouz Atlas	15 mai 2010, Tighdouine	C2E4
Mohamed Aït Aïssa, fondateur et vice-président de l'Association Yagour de développement	15 et 17 mai 2010, 9 mars 2011, Tighdouine	C2E6, C2E8, C2E13, C7E16
Mourad Lhoucein, président de l'association Sidi Ahmed El Wafi	15 mai 2010, Tighdouine	C2E7
Un potier de Talatast	16 mai 2010, Tighdouine	C2E9
Un loueur de chambres à la source de Sidi Ahmed El Wafi	16 mai 2010, Tighdouine	C2E10
Muletiers à la source de Sidi Ahmed El Wafi	16 mai 2010, Tighdouine	C2E11
Touristes marocains à la source de Sidi Ahmed El Wafi. Observation des pratiques et des acteurs touristiques.	16 mai 2010, Tighdouine	C2O1, C2O2
Lahsen Ichker, moqqadem d'Ansa Hassan Boubkdir, vice-président de l'association villageoise d'Ansa	17 mai 2010, Ansa	C2E14
Présidente et femmes membres de la coopérative des tapis de Tighdouine	17 mai 2010, Tighdouine	C2E15
Président de l'Association des amis d'Ansa, propriétaire à la source	17 mai 2010, Tighdouine	C2E16

Abdellmajid Mourad, guide de l'AAZ	17 mai 2010, Aït Ourir. 25 mai 2010, Aït Ali. 26 mai 2010, Tighdouine. Nombreux échanges par Facebook.	C2E17, C4E2, C4E5, C4E6
Rachid Higui, président de l'association Tamazightinou	18 mai 2010, Marrakech	C2E18
Ahmed Bellaoui, président de la Commune de Tighdouine et de l'AAZ, ancien professeur de géographie à l'université	21 mai 2010, Marrakech	C3E1
Ait Abderrahman Moulay Hassan, doctorant en géographie à Grenoble et Marrakech, traducteur	25 mai 2010, Tighdouine	C4E1
Félix Chabaud, responsable de l'association Départs	25 mai 2010, Aït Ali. 27 mai, Marrakech. 10 avril 2011, Genève. Nombreux échanges par email.	C4E2 et C4E5
Touristes membres de Départs Observation du déroulement de deux jours de randonnées avec l'AAZ	25, 26 et 27 mai 2010, Aït Ali, Tighdouine puis Marrakech.	C4O2
Mohamed, membre de la *jemaa* d'Aït Ali n'Oubdir	25 mai 2010, Aït Ali	C4E3
Ali Aït Bih, responsable de l'association villageoise Gaouz	25 mai 2010, Aït Ali	C4E4
Adhérentes de la coopérative de broderie	26 mai 2010, Talatast	C4V1
Caïd de Tighdouine	26 mai 2010, Tighdouine	C4E7
Sabir, membre de l'association Yagour de développement et guide	9 mars 2013, Tighdouine	C7E16
Ourika: Khalid Ben Youssef et Saïd Aozou. Zat: Mourad Lhussein, Ahmed Nassouh, Mjid Mourad, Mohamed Aït Aïssa, Ahmed Bellaoui. MIST AA: Mari Oiry-Varacca, Emilien Perrier, Abdelkébir, Latifa Iazza, Saïd Boujrouf, Bernard Debarbieux.	12 avril 2011, Tighdouine	C11FG1

Mohamed Hussein, président de l'association de Warzazt	13 avril 2011, Tighdouine	C11E6
Aït Aïssa, Mjid Mourad, Mourad Lhussein, Sabir	13 avril 2011, Tighdouine	C11E7
Martine et Jean-Louis Bernard, Ferme des Mloukyas, Accueil Paysan	10 et 11 novembre 2013 Ragouba Ouled Zbir, Chouiter	C19E1et2

Aït Bouguemez

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	**Date et lieu**	**Référence**
El Khatabi, fondateur de l'Association des amis des ABG et directeur du CFAMM jusqu'en 2009	11 janvier 2011, Marrakech	C6E10
Nejma Jellou, présidente de l'association des amis des Aït Bouguemez	13 janvier et 13 mars 2011, Talsenant et Azilal	C6E15 et C9E3
Responsable du gîte La Montagne au pluriel, et observation du fonctionnement du gîte	14 janvier 2011, Agouti	C6O2
Caïd de Tabant	14 janvier 2011, Tabant	C6E16
Femmes membres de l'association des Amis des Aït Bouguemez	14 janvier 2011, Talsenant	C6E17
Philippe Ballet, ancien directeur du CAF, directeur du CAFC, conseiller à la fédération marocaine royale du ski et des sports de montagne	3 mars 2011, Casablanca	C7E8
Abdellah El-Asely, membre de l'association Tawaya, responsable de l'agence Atlas Outdoor	5 mars et 9 avril 2011, Marrakech	C7E10, C11E1
Mohamed Tazlaft, président de l'association Renaissance Haddou Mouzzoun, guide et fondateur de l'Ecole vivante	10 mars 2011, Azilal	C8E1
Oualla, membre fondateur de l'AADEC et de l'association Synergie pour le développement	10 mars 2011, Azilal	C8E2
Hamid Naciri, propriétaire de la Kasbah du M'Goun	10 mars 2011, Aguerd n'Ouzrou	C8E3
Villageois de Timit et gardien du grenier de Sidi Moussa	11 mars 2011, Timit	C8E4

Hassan Baraouz, guide formateur au CFAMM, propriétaire d'un gîte, président de l'association Aït Bououlli pour le développement et la promotion de la femme rurale, et de l'association Accueil Paysan Maroc. Membre du RMES.	11 mars 2011, Tabant. 17 avril 2011, Aït Bououlli.	C8E5, C10E11
Président de l'association Ikkis pour l'environnement	11 mars 2011, Talsenant	C8E6
Brahim El Mansouri, président de l'association Ighrem pour le développement de l'artisanat et du tourisme. Mohamed El Hadi, membre de l'association	11 mars 2011, Agouti	C8E7
Brahim Kourab, membre de l'association des randonneurs de la Royal Air Maroc et propriétaire d'un gîte à Agouti	11 mars 2011, Agouti	C8E8
Femmes membres de la coopérative Tikniouine	12 mars 2011, Timit	C8E9
Abdellah Jebbor, membre fondateur de l'association Renaissance	12 mars 2011, Tabant	C8E10
Lahoucine Outezdot, propriétaire de gîte à Aït Ayoub, partenaire de Vision du Monde et d'Accueil Paysan	12 mars 2011, Aït Ayoub	C8E11
Mohamed Imharken, président de l'association Tarkdit des gîteurs et de l'association Imelghas pour le développement et l'environnement	12 mars 2011, Imelghas	C8E12
Touristes français, guide de la vallée des Aït Bouguemez	12 mars 2011, Imelghas	C10O1
Mustapha Aït Bizi, trésorier de l'association Aït Ziri, élu communal	13 mars 2011, Timit	C9E1
Mustapha Ichou, Délégation provinciale du tourisme, coordinateur du PAT Haut Atlas central	13 mars 2011, Azilal	C9E2
Mohamed Aït Bella, membre de l'association Renaissance, ancien porteur du projet de la coopérative Tikniouine pour CICDA	15 mars 2011, Marrakech	C9E4
Céline, responsable Dar Itrane (Imelghas), employée d'Atalante	15 mars 2011, Marrakech	C9E5

Saïd Bouserhane, chargé d'études à ARP Développement et traducteur	16 et 17 avril 2011, sur la route	C10E1-3-8
Brahim Taggount, président de l'association Anarous pour la culture, le développement et l'environnement	16 avril 2011, Demnate	C10E2
Mustapha Yadayene, président de la commune de Tabant	16 avril 2011, Tabant	C10E4
Brahim Gouzaghar, secrétaire de l'association Aït Sidi Moussa de Timit	16 avril 2011, Timit	C10E5
Vincent, ancien responsable de Dar Itrane	16 avril 2011, Imelghas	C10E6
Hassan Benaïssa, secrétaire de l'association Tawaya	17 avril 2011, Rbat	C10E7
Mohamed Rafiaa, surveillant général du CFAMM	17 avril 2011, Tabant	C10E9
Touristes français et un guide marocain	17 avril 2011, Tabant	C10O2
Stéphanie/Itto Mouzzoun, architecte, fondatrice de l'Ecole vivante, initiatrice du Centre de formation en architecture de terre et en artisanat	17 avril 2011, Imelghas	C10E10
Zouhair, Direction des affaires rurales, responsable du CFAMM à la Province	18 avril 2011, Azilal	C10E15
Bahi et Aïcha Aït Berri, membres de l'OCADE	18 avril 2011, Beni Mellal	C10E18
Mustapha Ouabass, directeur du CRI et Président du Géoparc	18 avril 2011, Beni Mellal	C10E20
Fayçal El Ouafi, fonctionnaire à la Direction des affaires sociales de la province de Fkih Ben Saleh, ancien employé d'ARP développement dans la Province d'Azilal	18 avril 2011, Beni Mellal	C10E21
Mohamed Achahri, guide gîteur à Iskatafen, président de l'association Ansous, conseiller municipal	20 avril 2011, Marrakech	C12E1

Brahim Ben Ichou, guide originaire de la vallée des ABG, Imelghas, porteur d'un projet éco-touristique à Sidi Moussa	21 avril 2011, Marrakech	C12E3
Lhussein Tamarart, guide et fondateur du syndicat des guides	21 avril 2011, Marrakech	C12E4
Mohamed Aouam, guide, membre de l'association Aït Ayoub pour le développement et la protection de l'environnement et de la forêt, et du conseil municipal.	22 avril 2011, Marrakech	C12E5
Jean-Louis Ollivier, directeur général d'Arvel	26 mai 2011, Villeurbanne	C13E1
Françoise Pierson, association Arbalou, Dijon	28 mai 2011, au téléphone	C13E3
Marie-Annick Durillon, présidente de Maroc chez l'habitant	30 mai 2011, Lyon	C13E4
Laurent Besson, président de l'association Vision du Monde	2 juin 2011, Bourgoin Jallieu	C13E5
Bernard Fabry, directeur d'Atlas Sahara Trek, fondateur de Dar Itrane	22 juin 2011, Marrakech	C15E14

Ouzoud

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	**Date et lieu**	**Référence**
Mustapha El Madkouri, agent de développement provincial	17 avril 2011, Azilal	C10E12
Asma Boukhriss, agent de développement local d'Ouzoud	17 et 18 avril 2011, Azilal et Ouzoud	C10E13
Mustapha Hssainy, ADL à Zaouïat Ahençal	18 avril 2011, Azilal	C10E14
Soufi, chef du service de l'équipement à la Province d'Azilal	18 avril 2011, Azilal	C10E16
Ouadiaa président de l'association des professionnels des cascades d'Ouzoud (gîteurs et bazaristes)	18 avril 2011, Ouzoud	C10E17

Touristes marocains et anglais	18 avril 2011, Ouzoud	C10O3
Naïma Chakiri, agent de développement social à la région Tadla-Azilal	18 avril 2011, 18 avril 2011, Ouzoud	C10E19
Françoise Guinot, ONG Tétraktys	27 mai 2011, Grenoble	C13E2

Taliouine

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	**Date et lieu**	**Référence**
Abderahman, responsable local de l'auberge Au pied du Siroua Parcours commenté de l'auberge, de la coopérative et des projets menés par l'association villageoise	9 mai 2010, Tagmoute	C1P3
Femmes adhérentes de la coopérative, membres de l'association villageoise, personnes âgées et enfants	9 mai 2010, Tagmoute	C1P4
Saida Abkar, vendeuse-guide à la coopérative Souktana du safran de Taliouine	10 mai 2010, Taliouine	C1E10
Abdellah Aangri, chargé de projet AGR chez Migrations et développement	10 mai 2010, Taliouine	C1E11
Hamid Ait Boubker, responsable fondateur de l'auberge Riad Anda, du réseau d'auberges de Migrations et développement	10 mai 2010, Aoulouz	C1E12
Touristes suisses au Riad Anda	10 mai 2010, Aoulouz	C1E13
Lahcen Wahmani, accompagnateur des touristes suisses	10 mai 2010, Aoulouz	C1E14
Responsable de la coopérative Tassousfi de Migrations et développement	11 mai 2010, Assais	C1O4

Annie Lauvaux et Mahjoub Bajja, fondateurs de Maroc Inédit et du RMES. Mahjoub, président de l'Association Taliouine pour le développement touristique (ATDT).	9 juin 2011, Rabat. 18 juin 2011, Taroudant. 20, 22, 23 octobre 2011, Taliouine. 22, 23, 24 novembre 2011, Ouarzazate et Timidarte. 5, 6, 7 janvier 2012, Taliouine, Tagmoute, Ifri. 13 novembre 2013, Marrakech. Nombreux échanges par email et par téléphone.	C14E2, C15E1, C16E1, C16E4, C17E2, C18E7-8-10, C19E7
Membres du bureau de la Fédération des associations de l'Anti Atlas. Brahim Louizi, vice-président. Mohamed Tagzine trésorier. Omar Lahneit, président de l'association Tidnass.	11 juin 2011, Casablanca	C14E4
Saïd Drif, fonctionnaire à la Délégation régionale du tourisme	16 juin 2011, Agadir	C14E8
Hassan Aboutayeb, président du RDTR, propriétaire de la Kasbah Atlas	16 et 17 juin 2011, Agadir	C14E7
Saïd Chakir, président de l'association Roudana pour l'environnement. Hatim Gousrir, vice-président	17 juin 2011, Taroudant	C14E9
Rachid Aït Benaïm, président de l'association amazighe Amuddu. Vice-président de l'association amazighe Azmza. Membre de la Coordination Sud.	17 juin 2011, Taroudant	C14E10
Lahcen Bouzidi, président de l'association Tagmat pour la culture et le développement (Ouled Berhil)	18 juin 2011, Taroudant	C15E2
Ahmed Jadid, guide et responsable de l'auberge Souktana. Lahsen Amarka, gardien de l'auberge (contact de Michel Serra, d'Atalante)	18 juin 2011, Taliouine	C15E3
Mohamed Mouhidine, frère du responsable de l'auberge du safran	19 juin 2011, Taliouine	C15E4

Mohamed Basaïd, président de l'association de Tagmoute	19 juin 2011, Taliouine. 7 janvier 2012, Tagmoute.	C15E5, C18E9, C18V2
Un villageois qui nous fait visiter l'ancien quartier juif et la kasbah du Glaoui en ruine	19 juin 2011, Ighil N'Ouzrou	C15O1
Mohamed Izouad, président de l'association d'Ifri	19 juin 2011, Ifri	C15V1
Omar Idhamou, guide, responsable d'Escale Rando, membre de l'ATDT et du Conseil provincial du tourisme	19 juin, 21 et 24 octobre 2011, Taliouine	C15E6, C16E3, C16E11
Tarik Outrahe, coordinateur local MD	20 juin 2011, Taliouine	C15E7
Hicham, frère du président de l'association amazighe Anzgum	20 juin 2011, Taliouine	C15E8
Youssef Halim, secrétaire général de la commune de Taliouine	20 juin 2011, Taliouine	C15E9
Lhsen Tafraoui, président de la commune de Taliouine	20 juin 2011, Taliouine	C15E10
Yazid Boulhoujate, employé de l'ORMVA, président du Centre de valorisation agricole, coordinateur Maison du safran	20 juin 2011, Taliouine	C15E11
Observations des allers et venues des employés et des touristes à la Maison du safran	20 juin 2011, Taliouine	C1502
Salah Dine Halili, employé à la société l'Or rouge	20 juin 2011, Taliouine	C15E12
Mohamed El Khemis, président de la Fédération de l'Anti Atlas. Visite commentée d'une coopérative d'argan.	20 juin 2011, Tidnass	C15V2
Une femme de la coopérative d'huile d'argan	20 juin 2011, Tidnass	C15E13
Tables rondes à l'occasion du festival du safran: « Quelle place pour l'économie sociale et solidaire dans les Plans communaux de développement? » « La place des terroirs dans les pays d'accueil touristiques »	21 octobre 2011, Taliouine	C16O1 et C16O2

Mahfoud Mohydine, responsable de l’auberge du safran	21 et 22 octobre 2011, Taliouine	C16E2-7
Sofiane Essile, président de la coopérative d’Askaoun et président de la Société du safran d’Askaoun	22 octobre 2011, Taliouine	C16E5
Membres de la coopérative de Tagmoute	22 octobre 2011, Taliouine	C16E6
Table ronde à l’occasion du festival du safran sur les coopératives	22 octobre 2011, Taliouine	C16O3
Table ronde à l’occasion du festival du safran : « Quel rôle de la Maison du safran dans le développement des filières? ».	23 octobre 2011, Taliouine	C16O4
Jamal Lhussein président fondateur de MD	23 octobre 2011, Taliouine	C16E8
Saïd Idhamou, guide et cuisinier à Escale Rando	23 octobre 2011, Taliouine	C16E9
Mohamed Idouakrim, stagiaire à MD (filière safran)	24 octobre 2011, Taliouine	C16E10

Skoura (projets de Terre et Humanisme Maroc)

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	**Date et lieu**	**Référence**
Roberto Viegas, porteur du projet CIPA Visite du site du CIPA	5 mai 2010, Skoura 16 mars 2010 et 20 avril 2011, Marrakech	C1E1, C1P1, C12E2
Lucile Zugmeyer, coordinatrice de THM	16 et 17 mars 2010, Casablanca	C1E1, C2E2
Céline Fleury, membre de THM	17 mars 2010, Salé 2 mars 2011, Casablanca	C2E2, C7E6
Anita Pellegrini, responsable des projets de TH à l’international	26 avril 2010, Mas de Beaulieu (Ardèche)	C1E7
Zakaria Ouissafane, membre fondateur de THM et directeur d’Arganoil	3 mars 2011, Casablanca	C7E7

Kelaat M'Gouna

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	Date et lieu	Référence
Touristes français au *moussem* de la rose	8 mai 2010, Kelaat M'Gouna	C1O3
Employés de la société Les arômes du Maroc	8 mai 2010, Kelaat M'Gouna	C1O3
Vendeurs de produits à la rose	8 mai 2010, Kelaat M'Gouna	C103
Entretiens avec des producteurs, des responsables d'usines et des responsables du Centre de Mise en Valeur agricole, avec l'équipe MIST-AA.	Avril 2011, Kelaat M'Gouna	

Tazenakht

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	Date et lieu	Référence
Responsable d'une coopérative de tapis	9 mai 2010, Tazenakht	C1E9

Nfiss

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	Date et lieu	Référence
Guide officiel de la mosquée de Tinmel et patron de café proche de la mosquée	11 mai 2010, vallée du Nfiss	C1E15-16
Responsable du gîte Le Mouflon	11 mai 2010, Ouirgane, vallée du Nfiss	C1E17
Touristes français	12 mai 2010, Asni	C1O5

Dadès et Draa

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	**Date et lieu**	**Référence**
Visite de la vallée du Dadès avec Mohamed Oudada, professeur de géographie à l'université d'Ouarzazate	24 novembre 2011, Dadès	C17O1
Hussein Achabak, responsable de la kasbah Timidarte	25 et 26 novembre 2011, Timidarte, Agdz	C17E4
Employés de la kasbah Timidarte	25 et 26 novembre 2011, Timidarte, Agdz	C17E5
Villageois	26 novembre 2011, Timidarte, Agdz	C17E6

Musées

Structure visitée	**Date et lieu**	**Référence**
Musée Dar Si Saïd	19 mai 2010, Marrakech	C2O3
Musée archéologique	5 janvier 2011, Rabat	C6O1
Musée municipal du patrimoine amazigh	16 juin 2011, Agadir	C14O1
Musée berbère, jardin Majorelle	9 janvier 2012, Marrakech	C18V4

Voyagistes marocains

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	**Date et lieu**	**Référence**
Lahcen, responsable du tourisme d'aventure à l'agence Atlas voyage	9 octobre 2010, Marrakech	C5E1
Jawida, responsable transport de l'agence Cobratours	13 octobre 2010, Marrakech	C5E11
Hakim Mandili, directeur de l'agence Sentier berbère	7 mars 2011, Marrakech	C7E14

Associations amazighes

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	Date et lieu	Référence
Lounes Belkacem, ancien président du Congrès Mondial Amazigh, professeur universitaire en économie, élu EELV en Isère	15 décembre 2010, Lyon	C5E14
Saïd Kamel, fondateur et Président de l'APMM Maroc	29 mars 2010, Rabat. 6 janvier 2011, Meknès.	C1E6, C6E5
Youssef Laaraj, président de l'Azetta	5 janvier 2011, Rabat	C6E3
Membres de l'Association des jeunes Amazighs Maroc central	6 janvier 2011, Meknès	C6E4
Brahim Abdelwahed, membre de l'association Imal	8 janvier 2011, Marrakech	C6E7
Mohamed Bouchdoug, universitaire, président de l'association Imal, de la Coordination régionale des associations amazighes Atlas Tensift, vice-président du CMA, membre de l'APMM Maroc	11 janvier 2011, Marrakech	C6E11
Lahsen Oberka, membre de l'association Imal	5 mars 2011, Marrakech	C7E11
Mohamed Assermouh, président de l'association Imal	9 mars et 13 juin 2011, Marrakech	C7E15, C14E5
Rachid Buqssim, Mouvement pour l'autonomie du Grand Souss	21 juin 2011, Agadir	C15E13
4e session du Mécanisme d'experts sur les droits des peuples autochtones	11-15 juillet 2011, Genève	C15O2

Instances ministérielles

Nom de la personne enquêtée, rôle dans le projet étudié	Date et lieu	Référence
Moha Errich Chef de département tourisme rural, SMIT, Ministère du tourisme	2 mars 2011, Rabat	C7E1
Younes Kharchaf, responsable des PAT Haut Atlas central et Haut Atlas occidental, SMIT, Ministère du tourisme	2 mars 2011, Rabat	C7E2
El Machrafi Siraj Eddine, responsable du PAT Taroudant, SMIT, Ministère du tourisme	2 mars 2011, Rabat	C7E3
Ali Amahan, ancien directeur du Cabinet du ministre de la Culture, anthropologue professeur à l'INSAP, fondateur de MD local et de l'association Aït Iktel de développement.	9 juin 2011, Rabat	C14E1
Mohamed Boussaleh, directeur du CERKAS	26 novembre 2011, Ouarzazate	C17E7

Universitaires

Nom du/des enquêtés	Date et lieu	Référence
Mohamed Aït Hamza, professeur de géographie, Directeur du Centre des Études Historiques et Environnementales, membre de l'IRCAM	5 janvier 2011, Rabat	C6E1
Michaël Peyron, professeur spécialiste de langue, littérature et culture amazighe et du tourisme en montagne.	5 janvier 2011, Rabat	C6E2
Hassan Ramou, professeur de géographie, IRCAM	2 mars 2011, Rabat	C7E4
Ahmed Aassid, professeur de philosophie à l'IRCAM	2 mars 2011, Rabat	C7E5
Didier Le Saout, maître de conférence en sociologie politique, Paris 8, spécialiste du mouvement amazigh	10 juin 2011, Rabat	C14E3

2. Inventaire des sources documentaires

Les documents utilisés sont ici listés. Ils sont classés par terrain puis par type de projet.

Site Internet de présentation des associations au Maroc : tanmia.ma

Ourika

- Documents de structures privées :

Ecomusée berbère de l'Ourika. Site Internet : museeberbere.com
Dossier de présentation de l'écomusée, printemps 2010.
Dossier de presse, printemps 2010.
Catalogue des photographies exposées à la Maison de la Photographie, 2009.

Ecomusée de l'olivier. Site Internet : lacledeshuiles.com et plaquette obtenue sur place.

Hôtel Bab Ourika. Site Internet : babourika.com

Hôtel Kasbah Omar. Site Internet : kasbah-omar.com et plaquette obtenue sur place.

Jardin de Timalizene. Site Internet : timalizene.com

Jardin bio-aromatique d'Ourika. Site Internet : nectarome.com et plaquette obtenue sur place.

Safranière de l'Ourika. Site Internet : safran-ourika.com et plaquette obtenue sur place.

- Documents de structures associatives :

ABDBO. Site Internet : abdbo.com
Note sur la journée pour le développement du tourisme dans le massif de l'Ourika, 9 avril 1997.

- Documents de structures publiques :

Parc National du Toubkal. Page Internet présentant le Parc National du Toubkal :
http://www.eauxetforets.gov.ma/fr/text.aspx?id=1080&uid=91
Brochures de présentation (obtenues au bureau des guides de Setti Fatma et de Soraya Mokhtari, directrice).

Conseil régional du tourisme, Marrakech
Présentation PPT, Marrakech : l'offre « Nature Aventure ».

Service Tourisme, Province d'Al Haouz
Brochure « Tourisme de montagne dans la région Marrakech Tensift Al Haouz ».

Convention de partenariat relative à la mise en place du Pays d'Accueil Touristique du Haut Atlas occidental, novembre 2009.
Monographie de la Province, juin 2010, 178 p.
Présentation PPT, Pays d'Accueil Touristique du Haut Atlas occidental Al Haouz, projet de plan d'action, 2011.

Oukaïmeden

Projet Emaar
Page Internet de leurs projets au Maroc : emaar.com/morocco/

- Articles de presse

Badra Berrissoule, « Les détails de l'investissement émirati à l'Oukaïmeden », *L'Economiste*, 31/03/2006
Badra Berrissoule, « Immobilier: Emaar réactive ses projets à Marrakech », *L'Economiste*, 23/04/2012
« Journée d'étude à l'Oukaimeden sur le patrimoine et l'environnement », *Le matin*, 12/06/2002
« Les sept projets qui vont transformer le Maroc», *La Vie éco*, 05/05/2006

- Vidéo

Manifestation des universitaires contre le projet Emaar
http://www.dailymotion.com/video/x4d4hn_project-emaar-oukaimeden-environeme_news

Club Alpin Français au Maroc
Site Internet du CAF de Casablanca : cafmaroc2011.ffcam.fr
Susan Searight Martinet, Gravures Rupestres du Haut Atlas, guides des randonneurs, édité par le CAF, 2011, 121 p.

Fédération royale marocaine de ski et de sports de montagne. Site Internet : frmsm.ma

Ministère du tourisme, division des aménagements et équipements touristiques
Note de synthèse « station d'altitude de l'Oukaïmeden ».

Zat

- Documents de structures associatives

Site Internet : tighdouine.6te.net

Association des Amis du Zat. Site Internet du guide Abdelmajid Mourad : zatatlas.com
Brochure papier

Association Départs. Site Internet : departs-voyages-solidaires.com
Présentation de Départs sur le site de l'ATES : http://www.tourismesolidaire.org/departs
Diaporama de présentation de l'AAZ et du circuit dans la vallée du Zat, 2011

- Documents d'acteurs institutionnels

Services tourisme à la Province Al Haouz
Pays d'accueil touristique Haut Atlas occidental Al Haouz, projet de plan d'action, 2011 (obtenu grâce à Abdelfattah Tika, responsable du service tourisme de la Province Al Haouz).

Aït Bouguemez

- Documents de structures associatives

Page Internet présentant les associations de la vallée :
telecentresmaroc.org/repertoireasso.pdf

Association Agharas. Compte rendu de l'assemblée générale 2011.
Carnet de cartes, Ecole Chercheurs, Développement Territorial : méthodes et pratiques de la recherche action participative, 29 Septembre – 06 octobre 2009.

Association des amis des Aït Bouguemez. Site Internet : aitbouguemez.wordpress.com et plaquette de présentation.

Association Ansous pour le développement et la solidarité. Site Internet : ansous.e-monsite.com

Association Arbalou. Site Internet : arbalou.org. Plaquette de présentation.
Bulletins d'informations depuis avril 2008.
Rapport de l'AG 2012.

Association Renaissance des Aït Bouguemez
Documents de présentation : lepromeneursolidaire.org/docs/renaissance.pdf

Association Tarkdit des gîteurs des Aït Bouguemez. Site Internet : tadart.ma

Association Tawaya
Site Internet de l'association : association-tawaya.org
Site Internet de l'agence de voyage : atlas-outdoor.com

Syndicat national des guides de montagne du Maroc
Site Internet : sngmm.com

- Documents de structures d'accueil privées

Dar Itrane, Imelghas. Site Internet : origins-lodge.com/FR/Dar_Itrane

Gîte Baraouze, Aït Bououlli. Site Internet : maroc-randonnees-solidaires.com

Gîte La montagne au pluriel, Agouti. Site Internet : la-montagne-au-pluriel.e-monsite.com et plaquette de présentation.

Gite Outezdot, Aït Ayoub
Sites Internet : aitayoub-voyages.com
http://www.accueil-paysan.com/hote.asp?fiche=MA01

Gîte Tigmi n'Ou Ayour, Iskatafene. Site Internet : gite-bouguemez.com

Kasbah du Mgoun. Site Internet : kasbah.ecotours-ma.com

- Documents d'instances publiques

Agence de développement social
Diagnostic Territorial Participatif de la commune rurale de Tabant, rapport final avec plan de développement stratégique, réalisé par ARP développement, février 2010, 116 p.
Diagnostic Territorial Participatif de la commune rurale d'Aït Bououlli, rapport final avec plan de développement stratégique, réalisé par ARP développement, février 2010, 94 p.
Programme du Tourisme solidaire de montagne, présentation PPT, 12/01/2011

Centre Régional d'Investissements de la Région Tadla Azilal
Actes de la table ronde « produits de terroir du tadla-Azilal », Beni Mellal, 22 juillet 2008
Etablissement d'une vision stratégique concertée du développement du tourisme dans la région Tadla Azilal, non daté, 12 p.

Géoparc du M'goun
Pages Internet de présentation sur le site Internet de la région Tadla-Azilal :
tadla-azilal.ma/CRITadlaFichiers/Telechargement/Note_Geoparc_resume.pdf
tadla-azilal.ma/CRITadlaFichiers/Telechargement/Note_Geoparc_details.pdf
Pages Internet de présentation du réseau mondial des Géoparcs :
unesco.org/new/fr/natural-sciences/environment/earth-sciences/geoparks/some-questions-about-geoparks/what-is-the-ggn/
Brochures de présentation (obtenues auprès de Mustapha Ouabass, directeur du CRI et président du Géoparc).
Fiche de présentation du projet de rénovation du grenier d'Ibaqliouine.

Chambre de Commerce, d'Industrie et de Services, Beni Mellal, Région Tadla-Azilal
« Projets structurants dans la région Tadla-Azilal », présentation PPT, mars 2010.

Conseil Provincial de la Province d'Azilal et FRMSM
Plan de développement de la région d'Azilal, les meilleurs atouts pour développer de nouvelles stations de ski : mission de prospection, 11-13/01/2011, 27 p.

Département du tourisme, Délégation provinciale d'Azilal
Convention de Partenariat Relative à la Création du Pays d'Accueil Touristique Haut Atlas central, mai 2006, 8 p.
« Pays d'Accueil Touristique du Haut Atlas Central: Stratégie de Développement et Plan d'action », mai 2006, présentation PPT.

Direction de l'aménagement du territoire, Ministère de l'aménagement du territoire, de l'eau et de l'environnement
Etude sur les pôles d'économie du patrimoine. Rapport d'établissement réalisé par le Cermosem et l'Université Sidi Mohammed Ben Abdellah, janvier 2006, 39 p.
Etude sur les pôles d'économie du patrimoine. Diagnostic des ressources patrimoniales de la région de Tadla Azilal, rapport provisoire réalisé par le Cermosem et l'Université Sidi Mohammed Ben Abdellah, octobre 2007, 178 p.
Schéma régional d'aménagement du territoire de la région Tadla-Azilal, Synthèse : diagnostic et problématiques. Rapport définitif de première phase, DIRASSET bureau d'études, avril 2007, 83 p.
Schéma régional d'aménagement du territoire de la région Tadla-Azilal, Rapport de deuxième phase : élaboration du SRAT et identification des espaces-projets, juillet 2008, DIRASSET bureau d'études, 245 p.

Direction des affaires rurales, Ministère de l'Intérieur
« Devenir accompagnateur en montagne », Centre de formation aux métiers de montagne
Programme prévisionnel de la 2e partie de formation des guides de montagne au CFAMM de Tabant, promotion 2010-2011 du 21/02/2011 au 17/06/2011
« Promotion des économies montagnardes et protection de l'environnement dans le Haut Atlas », atelier de réflexion d'Azilal, 13-16 mars 1991

Ouzoud

- Documents de structures associatives

Tétraktys. Site Internet : tetraktys-ong.com
Page Internet sur les projets réalisés aux cascades d'Ouzoud :
tetraktys-ong.com/?rep=interventions&p=1&iInterventions=34&maroc_region_tadla_azilal#p
Carte des circuits de randonnée, cascades d'Ouzoud
Plan d'aménagement et diagnostic régional, non daté, 48 p.
Rapport de mission d'expertise de circuits autour des cascades d'Ouzoud, par Jean louis Jallifier et Gilbert Mantovani, du 26/09 au 02/10/2005, 12 p.

- Documents d'instances publiques :

Services provinciaux de l'équipement, Province d'Azilal
Projet de mise à niveau du centre d'Ouzoud, septembre 2008

Agence de développement social
Page Internet sur le circuit de randonnées autour des Cascades d'Ouzoud : ads.ma/index.php?id=118&PIDprojet=6248&no_cache=1
Diagnostic Territorial Participatif de la commune rurale d'Aït Taguella, rapport final avec plan de développement stratégique, réalisé par ARP développement, février 2009, 78 p.

- Documents de structures associatives

Association Tagmoute pour le Développement et l'Entraide
Site Internet : tagmoute.org

Maroc Inédit. Site Internet : maroc-inedit.com
Comptes rendus de visite dans chaque village en vue de la mise en place du réseau d'auberges MD, 2005 (par thèmes : accompagnement, auberge, artisanat, circuits et séjours, patrimoine).
Document de travail, Projet interculturel/Caravane du conte.
Fiches techniques des circuits.
Programme du stage de valorisation de l'artisanat féminin, 8 au 12 octobre 2011, Foyers féminins d'Aguerda, Aït Youss, Tagmout.

Migrations et développement. Sites Internet : migdev.org et tourisme-atlas.com

- Etudes, rapports, documents de projets

Etude sur le tourisme rural et les filières agricoles dans la province de Taroudant : huile d'argan, huile d'olivier et safran, MD et FAO, janvier 2006.
Les auberges du pays du safran : évaluation, MD, 2009.
Projet tourisme rural solidaire du sud Maroc, résumé, MD, 6 juin 2008.

- Articles de presse

Lucie Acar, « Un tourisme au goût de safran », *Altermondes*, novembre 2011.
Lucie Acar, « Le safran, l'or rouge de Taliouine », *Alternatives économiques*, n° 312, avril 2012.
Salaheddine Lemaizi, « Cher Safran, Pauvre Taliouine », *L'Observateur du Maroc*, novembre 2011.

- Vidéos

Ministère de l'agriculture et de la pêche maritime, FAO, « Migrations & Développement - Le Safran de Taliouine », réalisé en 2010, mis en ligne par MD le 18 juillet 2012
https://www.youtube.com/watch?v=fQSaPcIKU_8
Emission Maroc sans frontières (Janv 08) : « Jamal Lahoussaine : Migration et développement », mis en ligne le 21/09/2008
http://www.dailymotion.com/video/x6tjy9_jamal-lahoussaine-migration-et-deve_news?search_algo=1
Migrations & Développement - Le Tourisme Solidaire dans le Sud marocain », mis en ligne par MD le 18 juil. 2012
https://www.youtube.com/watch?v=0-Mz-rc0XZM&feature=plcp

- Plaquettes

Plaquette de présentation de l'association :
http://www.migdev.org/wp-content/uploads/2012/05/120503-PLAQUETTE-MD.pdf
Plaquette papier « séjour solidaire dans la Sud marocain ».
Plaquette Tourisme rural, « Echanges solidaires, à la découverte des berbères du Maroc » :
http://www.migdev.org/wp-content/uploads/2012/05/040212-plaquette-TRS.pdf

- Divers

Actes du 2e forum de l'économie sociale et solidaire, réalisé dans le cadre du 3e festival du safran de Taliouine, 29/10-01/11/2009, MD, 63 p.
« Approches partenariales et stratégies de développement », journée de réflexion organisée par MD, Aix-en-Provence, 8 mai 2010.
Les lettres de M&D (paraissent depuis 2011).
Programme du Festival du safran depuis 2007.
Rapports annuels d'activités, d'orientation et financiers de MD depuis 2008.

- Documents de présentation du festival du safran 2011

Prospectus de présentation, programmes
Notes de cadrage des tables rondes

- Documents de structures coopératives

Coopérative Tassousfi. Page Internet: tourisme-atlas.com/spip.php?article191&lang=fr

Coopérative Souktana du safran. Site Internet : souktanadusafran.org

- Documents de sociétés et structures d'accueil privées

L'or rouge de Taliouine. Site Internet : safrantaliouine.com et plaquette de présentation

Auberge Askaoun, Taliouine**.** Site Internet : askaoun.voila.net

Auberge Pied du Siroua, Tagmoute. Site Internet : auberge-siroua.com et plaquette papier. Présentation sur le site tourisme-atlas.com (MD) : tourisme-atlas.com/?page=auberge_art&id_article=75

Auberge du safran, Taliouine. Site Internet : safran.auberge.voila.net

Chambre d'hôte Chez Souad. Site Internet : chezsouad.com

Chambre d'hôte Escale rando. Site Internet : escalerando.fr

Chez Lahcen Amarka. Site Internet : chezlhacen.canalblog.com/tag/Taliouine

Hôtel Ibn Toumert, Taliouine. Site Internet : hotelibntoumert.com

Riad Anda, Aoulouz. Site Internet : riadanda.com

- Documents d'acteurs institutionnels

Commune urbaine de Taliouine. Site Internet : taliouine.ma
Monographie de la commune urbaine de Taliouine.

Maison de la culture, Délégation provinciale de Taroudant, Ministère des affaires culturelles « La qasba de Taliouine », fiche technique sur le monument.

ORMVA. Site Internet : ormva-ouarzazate.ma
Monographie agricole de la région de Taliouine :
ormva-ouarzazate.ma/fileadmin/medias/rapports/monographie/Monographie___De_Taliouine.pdf
Rapport sur le safran :
ormva-ouarzazate.ma/fileadmin/medias/rapports/produits_terroir/Le_Safran.pdf

- Documents d'acteurs institutionnels internationaux

FAO
« Le safran marocain entre tradition et marché », novembre 2007, 78 p.
Rapport de mission dans le cadre du projet FAO-TCP/MOR/3201, «Renforcement des capacités locales pour développer les produits de qualité de montagne - Cas du safran» : avril 2008 - janvier 2010.

Autres terrains

Association Aït Iktel de développement

- Articles :

Ali Amahan, « Un modèle de musée communautaire dans un village du Haut Atlas », Nouvelles de l'ICOM, Volume 54 - 2001 N°1.
Khalid Aznag, « Le pouvoir de se rêver différemment ». Revue Quart Monde, N°210 - La crise, entre abîme et renaissance, 2009, Revue Quart Monde, document.php?id=3395
editionsquartmonde.org/rqm/document.php?id=3395

- Rapports et dossiers :

Rapport d'Ali Amahan, « Le village des Aït Iktel », 9 p., 2005 rdh50.ma/fr/pdf/contributions/GT6-12.pdf
Rapport de Mohamed Amahan, Association Ait Iktel de développement, note de présentation», 6 p., non daté.
formder.iamm.fr/francais/7annuaire/maroc/doc/assoc_aitiktel.pdf
Dossier de candidature pour The Aga Khan Award for Architecture, 1995, 71 p.
akdn.org/architecture/pdf/2348_Mor.pdf
Dossier de présentation des projets de l'association Aït Iktel de développement récompensés par la fondation Aga Khan, 12 p., non daté : akdn.org/publications/akaa/2001_065.pdf
Saïd Mouline (dir), Aït Iktel, urbanité en Haut Atlas, publication de la Direction de l'architecture, Ministère de l'aménagement du territoire, de l'habitat, de l'urbanisme et de l'environnement, Rabat, 2001, 59 p. marocpluriel.com/home/wp-content/uploads/2011/01/cau_Ait-Iktel1.pdf

Kasbah Atlas, Agadir. Site Internet : atlaskasbah.com

Kasbah Timidarte, Agdz. Site Internet : kasbahtimidarte.com

Terre et Humanisme Maroc, Skoura

- Pages Internet

Site de Terre et Humanisme : terre-humanisme.org
Site de Terre et Humanisme Maroc : terre-humanisme.ma
Site des Amanins, centre de séjour en agro-écologie : lesamanins.com
Blog de Terre et Humanisme Maroc : thmaroc.blogspirit.com
Blog sur les programmes de solidarité internationale :
actuinternationale.solidairesdumonde.org

- Rapports d'activité

Rapport d'activité de THM, 2008-2009.
Rapport d'activité des activités de TH à l'international, 2011 :
actu-internationale.solidairesdumonde.org/media/02/01/760532508.pdf
Lettre des activités internationales de TH, juin 2012 :
actu-internationale.solidairesdumonde.org/media/00/02/2047799985.pdf

- Articles du journal *Les nouvelles* :

Dossier « Quels voyages aujourd'hui », *Les nouvelles*, n° 73 (avril-mai-juin 2011).
Vuillet A., « Bilan 2011 des activités à l'international », *Les nouvelles*, p.22-23.
terre-humanisme.org/IMG/pdf/bilan_actions_si_2011.pdf

- Documents divers

Charte éthique. Terre et Humanisme à l'international. Août 2007.
terre-humanisme.org/IMG/pdf/livret4_version_mail-basse_def.pdf
Plaquette de présentation de Terre et Humanisme Maroc, 2009 :
thmaroc.blogspirit.com/list/docs-de-t-h-maroc/384880989.pdf
Dossier Carrefour des Initiatives et des Pratiques Agroécologiques, 2009 :
thmaroc.blogspirit.com/list/carrefour-international-des-pratiques-agroecologiques/1699813203.pdf
Fiche projet CIPA :
terre-humanisme.ma/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=193

- Travaux d'étudiants réalisés à l'issue de stages en partenariats avec THM

Fleury C., « Rapport de stage de fin d'études », Institut de sciences politiques de Lyon, diplôme CODEMMO (Coopération et développement Maghreb et Moyen Orient), 2009, 130 p.
Koytcha A., « L'implication de la population locale dans un projet agro-écologique touristique solidaire. L'étude du projet CIPA au Maroc avec l'Association Terre et Humanisme Maroc », Université Toulouse 2, Centre d'études du tourisme, de l'hôtellerie et des industries de l'alimentation, Master tourisme et développement, 2010, 218 p.

Documents des associations amazighes

APMM Maroc

- Site Internet : mountainpeople.org
- Déclarations et manifestes

Déclaration de Quito, Charte des populations des montagnes du monde (4 septembre 2003)
Manifeste d'Oloron, Des montagnes vivantes pour un monde plus harmonieux (1er octobre 2010)

- Programmes des rencontres

« Rencontre régionale Afrique du Nord », 7-9novembre 2006

Plaquette de présentation du séminaire « Quelle stratégie de développement pour les zones de montagnes marocaines: cas de l'Anti Atlas oriental et de la région du sud-est », 11-12 mai 2008.

Programme de la rencontre annuelle du bureau international « Construire les actions de l'APMM dans les régions du monde », 20-26 novembre 2011.

- Rapports et dossiers

Contribution de l'association des populations des montagnes du monde pour la conférence de Rio 2012, 28 octobre 2011.

« Communautés, territoires et ressources naturelles », 3èmes rencontres mondiales des populations de montagnes, Oloron Ste Marie, 25 septembre – 3 octobre 2010.

Proposition d'une nouvelle rédaction de l'Action 21 Chapitre 13, « gestion des écosystèmes fragiles : mise en valeur durable et équitable des montagnes », novembre 2011.

Synthèse « Réalités des montagnards », octobre 2010.

Synthèse de l'atelier international « Terre, territoires et ressources naturelles en Afrique », Ourika, 13-16 mai 2010.

Synthèse des actions de projets de l'APMM, « Pour une Charte des territoires », novembre 2011.

Azetta (Réseau Amazigh pour la citoyenneté)

Site Internet : reseauamazigh.org.

Plaquette de présentation.

Charte de l'Azetta

Rapports au Mécanisme d'experts sur les droits des peuples autochtones, Conseil des droits de l'homme, depuis 2008.

Rapport parallèle de l'Azetta, adresse au Comité pour l'élimination de la discrimination raciale/CERD à l'occasion de l'examen des 17e et 18e rapports périodiques de l'Etat marocain le 17 et 18 août 2010.

Congrès Mondial Amazigh

Site Internet : congres-mondial-amazigh.org

Rapport alternatif du CMA, « Les Amazighs du Maroc : un peuple marginalisé », Comité des Nations Unies pour les Droits Economiques, Sociaux et Culturels, présenté à Genève, 11- 31 mai 2006.

Tamaynut. Site Internet : tamaynut.org

Association Imal (Marrakech). Site Internet : imal-marrakech.org

Documents des réseaux d'acteurs touristiques

Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES)

Site Internet : tourismesolidaire.org

Amandine Southon, Rapport de mission Maroc, PICRI « Evaluer les pratiques des associations de tourisme équitable et solidaire », Étude réalisée du 12 juin au 27 Juillet 2010, 24 p.

Agir pour un Tourisme Responsable (ATR)
Site Internet : tourisme-responsable.org
Charte éthique du voyageur

CVESMP (collectif voyages équitables et solidaires Midi Pyrénées)
Site Internet : cvesmp.over-blog.com/

Forum International du Tourisme Solidaire
Site Internet : tourisme-solidaire.org
FITS 2012 Maroc, brochure de présentation : « Rôle du tourisme dans le développement durable des territoires sensibles de la Méditerranée »
Programme de la caravane du FITS, Toulouse/Taroudant, du 9 au 23 octobre 2012

Réseau Agir Responsable En Méditerranée par le Développement du Tourisme solidaire (AREMD). Site Internet : aremd.org
Brochure de présentation 2008
Charte, 20007

Réseau DéPart, CADR Rhône Alpes
Page Internet : cadr.fr/reseau_detail.php?id=7
Brochure de présentation : cadr.fr/doc/232822676plaquette_DePart.pdf

Réseau de développement touristique rural
Rapports trimestriels depuis 2011.

Réseau marocain de tourisme solidaire (RMES)
Site Internet : maroc-ecotourismesolidaire.com
Compte-rendu de réunion, Jardins de Shoul, 1er mai 2012 (organisation FITS 2012).
Rapports 1ère rencontre pour un Réseau marocain de tourisme solidaire, Gîte Ourthane à Zaouiat Cheikh, 3/4/5 juillet 2010 : communiqué de presse, documents préparatoires, présentation des participants et de leurs acticités, synthèse.
Répertoire des acteurs du tourisme solidaire au Maroc, automne 2012.

Documents des voyagistes marocains

Atlas Maroc Rando, Marrakech. Site Internet : atlas-maroc.com

Atlas Sahara Trek, Marrakech. Site Internet : atlas-sahara-trek.com

Atlas voyages, Marrakech. Site Internet : atlasvoyages.com

Aventure berbère, Marrakech. Site Internet : aventure-berbere.com

Cobratours, Marrakech. Site Internet : cobratours-maroc.com et brochure 2011.

Everdu. Site Internet : everdu.com

Pampa voyage, Marrakech. Site Internet : agencevoyage-maroc.com

Sentier berbère, Marrakech. Site Internet : sentier-berbere.com

Tamounte Trekking. Site Internet : Guide-randonnée-maroc.com

Voyageurs solidaires, Fès. Site Internet : voyageurs-solidaires.com

Documents des voyagistes étrangers

- Documents de tours opérateurs classiques

Nouvelles frontières. Site Internet : nouvelles-frontieres.fr
Brochures printemps/été et automne/hiver depuis 2008.

Marmara. Site Internet : marmara.com
Brochures printemps/été et automne/hiver depuis 2008.

Fram. Site Internet : fram.fr
Brochures printemps/été et automne/hiver depuis 2008.

- Documents de voyagistes sportifs

Allibert. Site Internet : allibert-trekking.com
Brochures printemps/été et automne/hiver depuis 2007.

Club aventure. Site Internet : clubaventure.fr

Terre d'aventure. Site Internet : terdav.com
Brochures printemps/été et automne/hiver depuis 2007.

- Documents de voyagistes « durables »

Accueil paysan. Site Internet :
http://www.accueil-paysan.com/Pages/destinations/Region.asp?nomRegion=MAROC&Formule=TablePaysanne

Arvel, Villeurbanne. Site Internet : arvel-voyages.com.
Présentation sur le site Internet de l'Ates :
http://www.tourismesolidaire.org/backup/f/nosvoyages/lesvoyagistes/arvel.html
Brochures depuis 2007.
Charte du voyagiste, charte du voyageur.

Atalante, Lyon. Site Internet : atalante.fr
Brochures depuis 2007.

Croq'Nature. Site Internet : croqnature.com

La Balaguère, Arrens-Marsous. Site Internet : labalaguere.com

Maroc Chez l'habitant, Lyon. Site Internet : marocchezlhabitant.com
Plaquette de présentation obtenue à l'association.

Vision du Monde, Bourgoin Jallieu. Sites Internet : visiondumonde.org
echodelaterre-voyages.com (une marque de l'association de voyages solidaires Vision du Monde)
Présentation sur le site Internet de l'Ates : http://www.tourismesolidaire.org/vision-du-monde
Brochures printemps/été et automne/hiver depuis 2008

Documents d'acteurs institutionnels marocains

Agence nationale de la conservation foncière du cadastre et de la cartographie

- Cartes 1 : 50 000

Arbi'a Tighadwiyn, 1977
Jbel Toubkal, 1968 et 1994
Sirwa, 1977
Tabant, 2007
Taliwine, 1977

- Cartes 1: 100 000

Oukaïmeden-Toubkal, 1972
Ourika, 1972
Taliwine, 1972

Haut-Commissariat au plan
Cartes de la pauvreté, 2007
Indicateurs sociaux, 2006
Réalisations INDH, 2009
Recensement général de la population et de l'habitat, 2004

Ministère de l'agriculture et de la pêche maritime
Pilier II du plan Maroc Vert, de la stratégie à l'action. Pour un développement solidaire et durable de la petite agriculture prenant en compte les spécificités des montagnes et des oasis. Document de synthèse, octobre 2009, 105 p.
Terroirs et origine : leçons d'une lecture croisée des expériences du Maroc et de la France pour une Méditerranée durable, mai 2010, 85 p.

Ministère de l'aménagement du Territoire, de l'Eau et de L'Environnement
Charte nationale de l'aménagement du territoire, éléments de synthèse, 2002

Ministère de la culture
Site Internet : minculture.gov.ma
Manuel de conservation du patrimoine architectural en terre des vallées présahariennes du Maroc, CERKAS, Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO, CRATerre-EAG, 2005

Ministère des eaux et forêts
Site Internet : eauxetforets.gov.ma
Rapport d'Usaid pour le Haut-Commissariat aux Eaux et Forêts et à la lutte Contre la Désertification, Stratégie nationale de développement du secteur des Plantes Aromatiques et Médicinales au Maroc, juillet 2008, 70 p.

Ministère du tourisme et de l'artisanat
Site Internet : tourisme.gov.ma
Site Internet de la Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT) : smit.gov.ma
Accord-cadre 2001-2010
Charte marocaine du tourisme responsable.
Charte nationale pour la mise en œuvre des projets de balisage et de signalisation touristiques, Pays d'accueil touristiques au Maroc, octobre 2010, 82 p.
« Produits de niche », journée de la Direction des aménagements et investissements, 17 avril 2008, présentation PPT.
Prospective Maroc 2030. Tourisme 2030. Quelles ambitions pour demain?
Rapport annuel 2009, SMIT.
Stratégie du tourisme au Maroc : Vision 2020. Démarche d'élaboration de la nouvelle stratégie nationale du tourisme. Présentation PPT de Booz and co, 22 octobre 2008.
Stratégie PAT, plan national de développement du tourisme rural, SMIT.
Vision 2020, la nouvelle politique touristique du Maroc.
Office national marocain du tourisme (ONMT)

- Affiches touristiques

« Le Maroc, le royaume où la montagne est reine », 1985.
Campagne « Il y a des pays qui font grandir l'âme », 2008 (affiche Atlas).
Campagne « Le pays qui voyage en vous », 2011 (affiche montagne et affiche ksar).

- Brochures touristiques

«Morocco. A Feast for the Senses», 1993.
«Maroc : tourisme en montagne et au désert. Guide de renseignements pratiques», GTAM, Office national marocain du tourisme, non daté.
Site Internet destiné à promouvoir les offres « Kounouz Biladi » : kounouzbiladi.com

Documents d'acteurs institutionnels internationaux

ONU

- Textes de référence sur la montagne

Agenda 21, section 2, chapitre 13, Gestion des écosystèmes fragiles : mise en valeur durable des montagnes, ONU, 1992, conférence de Rio.
Paragraph 42, Johannesburg Plan of Implementation, ONU, 2002.
Sustainable mountain development, Report of the Secretary-General, ONU, 23 août 2007.

- Textes de référence sur les minorités et les peuples autochtones

Déclaration des droits des personnes appartenant à des minorités nationales ou ethniques, religieuses et linguistiques, Résolution adoptée par l'Assemblée générale, 1993.
Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones, Résolution adoptée par l'Assemblée générale, 13 septembre 2007.

Organisation Mondiale du Tourisme

- Textes de référence sur le tourisme depuis les années 1980

Déclaration de Manille sur le tourisme mondial, 10 octobre 1980.
Résolution de la 6e assemblée générale de l'OMT (Sofia) adoptant la Charte du tourisme et le Code du tourisme le 26 septembre 1985.
Charte du tourisme durable, OMT, Conférence mondiale du tourisme durable, 28 avril 1995, Lanzarote.
Déclaration de Manille sur l'impact du tourisme sur la société, 22 mai 1997.
Code mondial d'éthique du tourisme, OMT, Résolution adoptée à l'ONU le 21 décembre 2001 à Santiago du Chili.
Déclaration de Québec sur l'écotourisme, UNEP et OMT, 2002 (à l'occasion du sommet mondial pour l'écotourisme).

- Etudes sur le Maroc :

Stratégie de développement du tourisme rural, OMT, mars 2002, 261 p.

UNESCO

- Textes de référence sur la protection du patrimoine depuis les années 1970

Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel, Unesco, adoptée à la Conférence générale de la 17e session, Paris, 16 novembre 1972.
Charte internationale du tourisme culturel, la gestion du tourisme aux sites de patrimoine significatif, adoptée par ICOMOS à la 12e assemblée générale au Mexique, octobre 1999.
Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, Unesco, Paris, le 17 octobre 2003.

- Etudes sur le Maroc

Le patrimoine culturel immatériel au Maghreb. Législations et institutions nationales, instruments internationaux et modalités de sauvegarde, Unesco, 2009.

Guides touristiques contemporains

Années 1980
FOUGEROLLES A., 1981, *Le Haut Atlas central, guide alpin*, Casablanca, impr. Idéale, 371 p.
PEYRON M., 1984, *La grande traversée de l'Atlas marocain*, éd M. Peyron, 335 p.

Années 2000
GALLEY H., 2004, *Montagnes du Maroc: trekking et ski de randonnée*, Genève, Editions Olizane, 343 p.

Classement par acteurs :

- Documents des compagnies de transport

Air Atlas
Affiche « Le Maroc par Air Atlas », Casablanca, Rabat, Imprimerie Gaillard.
Affiche « Air Atlas dessert tout le Maroc, l'Algérie, l'Espagne, la France », par Renluc, 1950, Paris, imprimerie Hubert Baille.

Air France
Affiche Latécoère, « Lignes aériennes G. Latécoère, France Espagne Maroc », anonyme, 1921.
Affiche Latécoère, « Lignes aériennes G. Latécoère, France Espagne Maroc Algérie », anonyme, 1921.
Affiche Air France, « Afrique du Nord », par Jean Even, 1950.

Compagnie PLM
Affiche PLM, « L'hiver, le printemps au Maroc. Fez Bab Mabrouk », par J.H. Derche, 1929. Imprimé par le protectorat français.
Affiche PLM, « Le Maroc par Marseille », par Jacques Majorelle, 1926. Paris, imprimerie Lucien Serre.

Compagnie Générale Transatlantique (CGT) et Société des voyages et hôtels Nord-Africains
Publicité parue dans *L'Illustration*, le 1er novembre 1924, n° 4261.
Carte sur les trajets, horaires, et tarifs, de la compagnie pour la saison 1929- 1930.
Brochure touristique intitulée « Les auto-circuits Nord Africains ou le beau voyage aux pays des pais barbaresques de Monseigneur De Valcourt », juillet 1929, 73 p.
Brochure pour le circuit Nord-Africain de la CGT.
Brochure sur les Hôtels et Voyages Nord Africains de la CGT.
Brochure des chemins de fer PLM et de la CGT: « Voyages en Algérie, Tunisie et dans les oasis sahariennes », pour l'hiver 1911- 1912.
Brochure des Auto circuits Nord Africains de la Compagnie Générale Transatlantique au Maroc, en Algérie et en Tunisie: le tourisme au pays de l'Islam et des ruines antiques», non datée (environ milieu des années 1920).

Compagnie des Transports Marocains
Affiche Chemins de fer de Paris à Orléans – CTM par Camille-Paul Josso, 1929, Paris, imprimerie Lucien Serre.
Brochure, avril 1931

Dunlop
TAILLIS J. DU., *Guide Dunlop : le Tourisme automobile au Maroc*, Paris, éd. des pneumatiques Dunlop, 1922, 190 p.

Michelin
Guide Michelin : Maroc, Clermont Ferrant, éd. Michelin et compagnie, 1926, 192 p.
Guide Michelin : Maroc Algérie Tunisie, Clermont Ferrant, éd. Michelin et compagnie, 1930, 322p.

- Documents de presse
  - Presse spécialisée dans le tourisme automobile

Article de *Automobilia* : «L'automobilisme au Maroc», Henry Dugard, 31 décembre 1941, n° 41, 2 p.
Article de *Omnia* : «L'automobile au Maroc», Paul Meyan, 5 février 1921, n° 5, 3 p.
Article de *Omnia* : «Les routes marocaines», Paul Meyan, avril 1921, n° 11, 2 p.
Article de *Rail et route*, «La CTM et la coordination des transports au Maroc », A. Affre, juillet 1939, n° 39.
Article du journal *Le Chauffeur Français*, « Les circuits Nord Africains en automobile», Maurice Rondet Saint, décembre 1920, 3 p.

  - Presse généraliste à grand tirage

Article extrait de *L'Illustration* : « La route, l'automobile et le tourisme au Maroc », Jean Letellier, 1932, 3 p.
Article extrait de *L'Illustration* : « Les nouvelles routes du Maroc », SA, 21 juin 1930, n° 4555, 2 p.

- Documents des autorités en charge du tourisme

Fédération des syndicats d'initiative et de tourisme au Maroc
Affiche Fédération des syndicats d'initiative et de tourisme du Maroc, « Le grand Atlas. Vallée d'Ounila », par Jacques Majorelle, 1923, Paris, imprimerie F. Champenois.
Affiche Fédération des syndicats d'initiative et de tourisme du Maroc ESSI et PLM, « Venez au Maroc », par Gabriel Rousseau, Alger, imprimerie Baconnier.

Office Chérifien du Tourisme
DRESCH J. et LEPINEY J. de, *Le massif du Toubkal. Guide alpin de la montagne marocaine*, Rabat, Office Chérifien du Tourisme, 1938, 233 p.
DRESCH J. et LEPINEY J. de, *Le massif du Toubkal. Guide alpin de la montagne marocaine*, Casablanca, Belvisi, 1993 (réédition de l'ouvrage de 1942).

Classement par fonds d'archives dans lequel les documents ont été trouvés :

- Documents des fonds Berliet

Fonds « Maroc », dossier motorisation
Article de *Automobilia* : « L'automobilisme au Maroc », Henry Dugard, 31 décembre 1941, n° 41, 2 p.
Article de *Omnia* : « L'automobile au Maroc », Paul Meyan, 5 février 1921, n° 5, 3 p.
Article de *Omnia* : « Les routes marocaines », Paul Meyan, avril 1921, n° 11, 2 p.
Article extrait de *L'Illustration* : « La route, l'automobile et le tourisme au Maroc », Jean Letellier, 1932, 3 p.
Article extrait de *L'Illustration*: « Les nouvelles routes du Maroc », SA, 21 juin 1930, n° 4555, 2 p.

Fonds « services réguliers », dossier Compagnie des Transports Marocains (CTM)
Brochure, avril 1931
Article de *Rail et route*, « La CTM et la coordination des transports au Maroc », A. Affre, juillet 1939, n° 39.

Fonds « services réguliers », dossier sur la « Société des voyages et hôtels Nord Africains »
Carte sur les trajets, horaires, et tarifs, de la compagnie pour la saison 1929- 1930.
Brochure touristique intitulée « Les auto-circuits Nord Africains ou le beau voyage aux pays des pais barbaresques de Monseigneur De Valcourt », juillet 1929, 73 p.

Fonds « services réguliers », dossier Compagnie Générale Transatlantique
Article du journal *Le Chauffeur Français*, « Les circuits Nord Africains en automobile », Maurice Rondet Saint, décembre 1920, 3 p.
Publicité parue dans *L'Illustration*, le 1er novembre 1924, n° 4261.
Brochure pour le circuit Nord-Africain de la CGT.
Brochure sur les Hôtels et Voyages Nord Africains de la CGT.
Brochure des chemins de fer PLM et de la CGT : « Voyages en Algérie, Tunisie et dans les oasis sahariennes », pour l'hiver 1911- 1912.
Brochure des Auto circuits Nord Africains de la Compagnie Générale Transatlantique au Maroc, en Algérie et en Tunisie : « Le tourisme au pays de l'Islam et des ruines antiques », non datée (environ milieu des années 1920).

Bibliothèque Berliet : guides touristiques
DRESCH J. et LEPINEY J. de, *Le massif du Toubkal. Guide alpin de la montagne marocaine*, Rabat, Office Chérifien du Tourisme, 1938, 233 p.
DRESCH J. et LEPINEY J. de, *Le massif du Toubkal. Guide alpin de la montagne marocaine*, Casablanca, Belvisi, 1993 (réédition de l'ouvrage de 1942).
Guide Michelin: Maroc, Clermont Ferrant, éd. Michelin et compagnie, 1926, 192 p.
Guide Michelin: Maroc Algérie Tunisie, Clermont Ferrant, éd. Michelin et compagnie, 1930, 322p.
TAILLIS J. DU., *Guide Dunlop : le Tourisme automobile au Maroc*, Paris, éd. des pneumatiques Dunlop, 1922, 190 p.

- Documents des fonds Slaoui

Affiche 1 : Chemins de fer de Paris à Orléans – CTM, par Camille-Paul Josso, 1929, Paris, imprimerie Lucien serre.
Affiche 2 : PLM, « L'hiver, le printemps au Maroc. Fez Bab Mabrouk », par J.H. Derche, 1929, imprimé par le protectorat français.
Affiche 3 : PLM, « Le Maroc par Marseille », par Jacques Majorelle, 1926, Paris, imprimerie Lucien Serre.
Affiche 4 : « Le Maroc par Air Atlas », Rabat, imprimerie Gaillard.
Affiche 5 : « Air Atlas dessert tout le Maroc, l'Algérie, l'Espagne, la France », par Renluc, 1950, Paris, imprimerie Hubert Baille.
Affiche 6 : Fédération des syndicats d'initiative et de tourisme du Maroc, « Le grand Atlas. Vallée d'Ounila », par Jacques Majorelle, 1923, Paris, imprimerie F. Champenois.
Affiche 7 : Fédération des syndicats d'initiative et de tourisme du Maroc ESSI et PLM, «Venez au Maroc», par Gabriel Rousseau, Alger, imprimerie Baconnier.

- Documents des fonds Air France

Affiche 1: Latécoère, « Lignes aériennes G. Latécoère, France Espagne Maroc », anonyme, 1921.
Affiche 2: Latécoère, « Lignes aériennes G. Latécoère, France Espagne Maroc Algérie », anonyme, 1921.
Affiche 3: Air France, « Afrique du Nord », par Jean Even, 1950.

II. ANNEXE 2 : trame des entretiens

Canevas des thématiques abordées, de façon non exhaustive et non chronologique, dans les entretiens semi-directifs :

- **L'interlocuteur**. Parcours personnel (social, géographique, professionnel, engagements divers), motivations personnelles qui ont conduit à s'impliquer dans un projet touristique. Pour les porteurs de projets: rôle, statut dans la structure et le projet. Pour les acteurs institutionnels: institution d'affiliation, statut dans cette institution, domaines et périmètres d'intervention.

- **La structure**. Type de structure (privée, associative, institutionnelle). Histoire et évolutions de la structure. Objectifs initiaux et évolution de ceux-ci. Moyens d'action. Partenaires de la structure et type de partenariat (financier, technique...).

- **Le(s) projet(s)**. Histoire du projet, objectifs assignés au projet, périmètre du projet, bilan du projet. Autres projets en cours de conception.
Types et nombres de touristes accueillis (provenance géographique, sociale), à quelle fréquence. Activités touristiques proposées. Lieux visités et fréquentés par les touristes accueillis.
Place du patrimoine dans le projet. Valorisation de quels objets, pratiques, lieux. Quel type de valorisation (touristique ou autre). Dans quel but.
Volonté ou non de valoriser à travers le projet une ou des identité(s) personnelle(s), familiale(s) ou collective(s). Quelle(s) identités et à quels territoires, à quelles échelles font-elles référence. Dans quel but. Comment.
Contraintes, obstacles au projet. Satisfaction ou non au regard des effets locaux du projet.

- **Le tourisme**. L'évolution du tourisme dans la région et de ses impacts. Vision du tourisme tel qu'il devrait être développé. Modèles en matière de développement touristique.

- **Le patrimoine**. Parler de « patrimoine » a-t-il du sens pour l'interlocuteur, quel sens. Vision qu'a l'interlocuteur de son évolution, sa protection, sa valorisation. Modèles en matière de patrimonialisation.

- **Les identités. P**arler d' « identité » a-t-il du sens pour l'interlocuteur, quel sens. Vision qu'a l'interlocuteur de la façon qu'ont les autres acteurs de mobiliser telle identité. Modèles en matière de mobilisation des identités.

- **Les acteurs**. Quels sont les autres acteurs locaux, régionaux, nationaux, internationaux qui interviennent dans la mise en tourisme, la patrimonialisation, la mobilisation des identités. Comment l'interlocuteur considère-t-il leurs interventions ou leur absence d'intervention. Collabore-t-il ou non avec eux, comment. Est-il en conflit avec eux, pourquoi.

III. ANNEXE 3 : lexique

Termes arabes (ar) et berbères (ber) et leur signification en français.

Agadir (ber): grenier collectif.

Agdal (ber): désigne un pâturage d'altitude ou, plus largement, un mode de gestion collective d'une ressource naturelle, caractérisé par la mise en défens de cette ressource, au sein d'un territoire délimité.

Ahouach (ber): séance de chant collectif et de danse collective.

Amazigh (ber): synonyme de berbère. Homme libre.

Amghar (ber): chef du conseil de fraction.

Amqoun (ber): ensemble d'*ighsan*.

Assif (ber): cours d'eau.

Azib (ber): bergerie.

Beldi (ar): littéralement, en *darija* (arabe dialectal), « du pays ». Désigne ce qui vient du pays, ce qui est traditionnel et relève de la sphère domestique.

Caïd (ar): désigne, avant et pendant la colonisation, un seigneur traditionnel, et, après, un représentant de l'Etat ou plus précisément du ministère de l'Intérieur.

Douar (ar): village.

Fqih (ar): homme religieux, dans l'Islam, qui dirige la prière et donne des cours d'éducation religieuse.

Gnaoua (ber): descendants d'anciens esclaves noirs issus de populations d'origine d'Afrique de l'Ouest.

Ighrem ou *Tighremt* (ber): désigne un ensemble architectural fortifié, soit tantôt un *agadir* tantôt une *kasbah*.

Ighs (ber, au pluriel: *ighsan*): groupe de lignages ayant un ancêtre commun.

Imazighen (ber) : nom donné au peuple *amazigh* par les militants.

Jemaâ (ber) : assemblée villageoise traditionnelle rassemblant les chefs des lignages.

Jnoun (ar): esprit. Désigne des créatures imaginaires associées au monde chtonien et à la forêt, considérées comme les premiers occupants des terres.

Kasbah (ar): ensemble architectural fortifié en terre.

Khalifat (ar): représentant du ministère de l'Intérieur au niveau des anciennes fractions.

Ksar (ar, au pluriel: ksour): village fortifié en terre.

Lmâallam(ar): artisan bâtisseur.

Leff (ar): ensemble d'*ighsan*.

Makhzen (ar): pouvoir central.

Médina (ar): partie ancienne d'une ville marocaine.

Mellah (ar) : quartier juif

Mqqadem (ar): représentant du ministère de l'Intérieur au niveau d'un village.

Moussem (ar): festival. Initialement, fête religieuse annuelle autour du tombeau d'un saint, organisé par ses descendants.

Oumma (ar): communauté des Musulmans.

Oued (ar): cours d'eau.

Riad (ar): maison comprenant une cour intérieure, dans laquelle sont aménagés des jardins et un plan d'eau.

Roumi (ar): chrétien. Désigne ce qui vient de l'occident. Contraire de « *beldi* ».

Souk (ar): marché.

Takat (ber): foyer, au sens de famille nucléaire.

Tamazgha (ber) : nom donné par les militants à l'aire culturelle amazighe en Afrique du Nord voire aussi dans les pays de la diaspora amazighe.

Tamazight (ber): désigne les dialectes berbères.

Tiwizi (ber): tour de rôle.

Turath (ar): équivalent de «patrimoine». Caractérise un héritage livresque et savant.

Zaouia (ar): édifice abritant une confrérie, dans la religion musulmane.

IV. ANNEXE 4 : acronymes et abréviations

AADEC Association Azilal pour le Développement, l'Environnement et la Communication

AAZ Association des Amis du Zat

ABCD Association des Aït Bouguemez pour la Coopération et le Développement

ABDBO Association de Bienfaisance et de Développement du Bassin de l'Ourika

ADL Agent de Développement Local

ADS Agence de Développement Social

AFD Agence Française de Développement

AGR Activités Génératrices de Revenus

AMREC Association Marocaine de la Recherche et de l'Echange Culturel

ANCAP Association Nouvelle pour la Culture et les Arts Populaires

ANZOA Agence Nationale pour le développement des Zones Oasiennes et de l'Arganier

APMM Association des Populations des Montagnes du monde

APPGM Association de Protection du Patrimoine Géologique du Maroc

ATDT Association Taliouine de Développement Touristique

ATES Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire

ATR Agir pour un Tourisme Responsable

AVSF association Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières

AZETTA Réseau Amazigh pour la citoyenneté

CAF Club Alpin Français

CAFC Cercle Amical Français de Casablanca

CERD Comité d'Elimination des Discriminations Raciales

CERKAS Centre de Restauration et de Réhabilitation des zones atlasiques et Sub-atlasiques

CFAMM Centre de Formation Aux Métiers de Montagne

CRI Centre Régional d’Investissement

CIPA Carrefour International des Pratiques Agro-écologiques

CMA Congrès Mondial Amazigh

CRET Centre Régional d'Etude Touristique

CRT Conseil Régional du Tourisme

CTM Compagnie des Transports Marocains

CVESMP Collectif Voyages Equitables et Solidaires Midi Pyrénées

DAT Direction de l’Aménagement du Territoire

DATAR Délégation interministérielle à l'Aménagement du Territoire et à l'Attractivité Régionale

DEPARTS association Développer les Echanges et les Projets d’Action Rurale par le Tourisme Solidaire, une association de la région Provence Alpes Côte d’Azur membre de l’ATES

DéPart réseau Découverte et Partage, qui rassemble, dans la région Rhône Alpes, des membres de l’ATES

DPE Direction Provinciale de l'Equipement

DTP Diagnostic Territorial Participatif

FAO Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

FIL Forum des Initiatives Locales

FITS Forum International du Tourisme Solidaire

GIE Groupement d’Intérêt Economique

GTA Grande Traversée des Alpes

GTAM Grande Traversée des Atlas Marocains

INDH Initiative Nationale de Développement Humain

INSAP institut national des sciences de l’archéologie et du patrimoine

IRCAM Institut Royal de la Culture Amazighe

MI association Maroc Inédit

MD association Migrations et Développement

OMT Organisation Mondiale du Tourisme

ONG Organisation Non Gouvernementale

ONMT Office National Marocain du Tourisme

OSIM Organisation de Solidarité Internationale Issue de la Migration

PADMM Programme d'Appui au Développement de la Montagne Marocaine

PAT Pays d'Accueil Touristique

PCD Plans Communal de Développement

PDTM Programme de Développement du Tourisme de Montagne

PEP Pôles d'Economie du Patrimoine

PHAC Projet pilote du Haut Atlas Central

PLM compagnie Paris-Lyon-Marseille

PNT Parc National du Toubkal

PNUD Programme des Nations Unies pour de Développement

RDTR Réseau de Développement du Tourisme Rural

RIAM Réseau pour les Initiatives Agro-écologiques au Maroc

RMES Réseau Marocain d'Ecotourisme Solidaire

SIBE Site d'Intérêt Biologique et Ecologique

SMIT Société Marocaine d'Ingénierie Touristique

SONABT SOciété NAtionale d'Aménagement touristique de la Baie de Tanger

SONABA SOciété NAtionale d'Aménagement touristique de la Baie d'Agadir

TH association Terre et Humanisme

THM association Terre et Humanisme Maroc

UNESCO Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture

Tables

I. Table des figures

II. Table des cartes

III. Sommaire détaillé